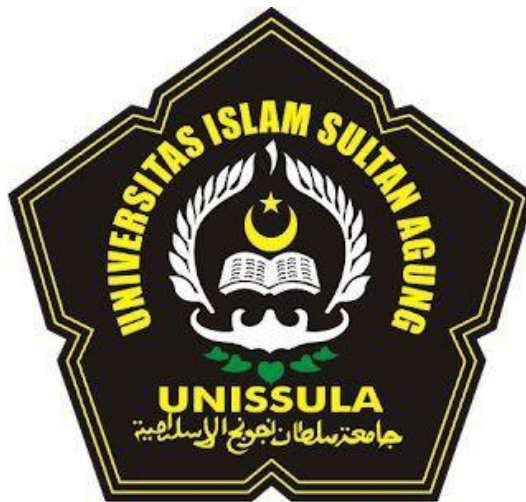


**PENGARUH KONTEN YOUTUBE “ON MARISSA’S MIND:
MENGENAL DIRI” DI CHANNEL GREATMIND TERHADAP
MINAT BELAJAR DAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI
INTERPERSONAL PADA MAHASISWA DI KOTA
SEMARANG**

SKRIPSI



Disusun oleh:

TESYA DWI RAHMAWATI

32802100094

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tesya Dwi Rahmawati

NIM : 32802100094

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**“Pengaruh Konten Youtube “On Marissa’s Mind: Mengenai Diri” di
Channel Greatmind terhadap Minat Belajar dan Kemampuan Komunikasi
Interpersonal Pada Mahasiswa di Kota Semarang”**

Adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya, untuk digunakan bilamana diperlukan

Semarang, 29 Agustus 2025



Tesya Dwi Rahmawati
32802100094

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Youtube “*On Marissa’s Mind: Mengenal Diri*” di Channel Greatmind Terhadap Minat Belajar dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa di Kota Semarang

Nama : Tesya Dwi Rahmawati

NIM : 32802100094

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Telah Diperiksa dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 29 Agustus 2025

Menyetujui

Menyetujui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing



Trimanah, S.Sos., M.Si

NIK. 211109008

Fikri Shofin Mubarak, S.E., M.I.Kom

NIK. 211121019

HALAMAN PENGESAHAN II

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Youtube “*On Marissa’s Mind: Mengenal Diri*” di Channel Greatmind Terhadap Minat Belajar dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa di Kota Semarang

Nama : Tesya Dwi Rahmawati

NIM : 32802100094

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

**Telah Diperiksa dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Pendidikan Strata 1**

Dosen Penguji :

Ketua Penguji

Ibu Hj. Iky Putri Aristhya S.I.Kom

Anggota Penguji I

1. Bapak Fikri Shofin Mubarak, SE, M.I.Kom

Anggota Penguji II

2. Ibu Trimanah S.Sos, M.Si

Mengetahui
Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi



Fikri Shofin Mubarak, S.E., M.I.Kom
NIK. 211121019



MOTTO

“Komunikasi yang baik lahir dari pikiran yang terbuka dan hati yang mau belajar”

“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali

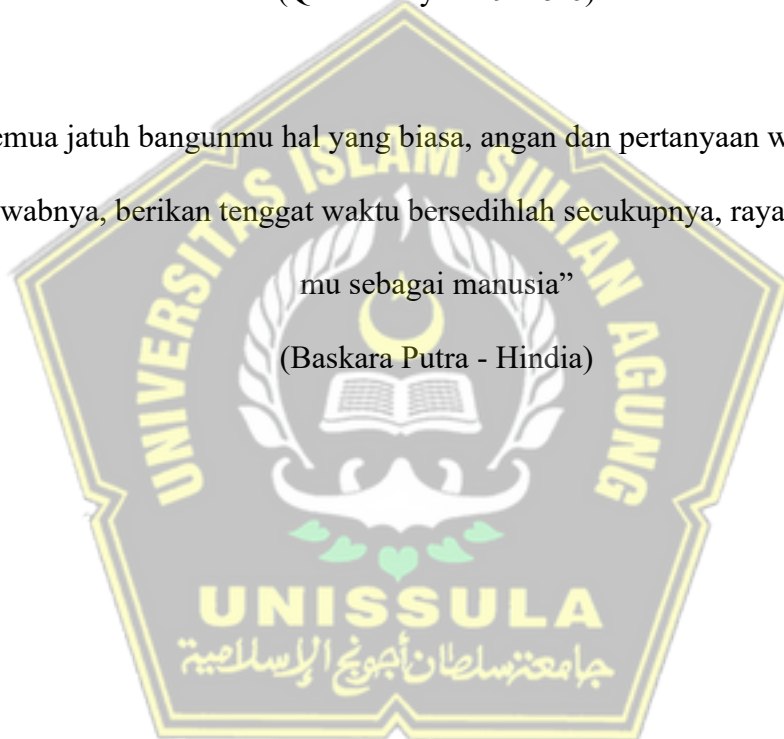
Allah berjanji bahwa: fa inna ma’al- ‘usri yusra, inna ma’al-usri yusra”

(Qs. Al-Insyirah 94: 5-6)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaan

mu sebagai manusia”

(Baskara Putra - Hindia)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah atas segala nikmat, hidayat, dan kemudahan yang telah diberikan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi dengan segala kekurangannya. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tersayang, Bapak dan Ibu. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun bapak dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat bapak dan ibu lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak bungsunya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga bapak dan ibu selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
2. Kakakku tersayang, yang selalu memberi dukungan, perhatian, serta menjadi teladan dalam setiap perjalanan hidupku. Terima kasih telah menjadi penyemangat sekaligus sahabat terbaik dalam keluargaku.
3. Dan akhirnya, untuk diriku sendiri, yang telah berusaha sekuat tenaga, bertahan dalam setiap jatuh bangun, serta tidak menyerah meski jalan terasa berat. Semoga perjuangan ini menjadi bukti kecil bahwa mimpi layak diperjuangkan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan rahmat dan karunianya, serta sholawat dan salam tercurah kepada junjungan nabi besar, nabi agung Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konsumsi Konten Youtube “*On Marissa’s Mind: Mengenal Diri*” di Channel Greatmind Terhadap Minat Belajar dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa di Kota Semarang”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan mencapai gelar sarjana atau S1 program studi ilmu komunikasi. Kemudian tidak akan berjalan dengan lancar skripsi ini tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayahnya dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya sebagai bentuk kewajiban penulis untuk meraih gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi.
2. Kepada kedua orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan doa serta dukungan baik moril maupun materil selama proses empat tahun duduk dibangku perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Ibu Trimannah, S.Sos., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Fikri Shofin Mubarak, S.E., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, waktu, dan ilmunya dengan sabar dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu serta pengetahuannya kepada penulis.
6. Seluruh staff tata usaha prodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam proses administrasi selama perkuliahan.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi, Ayunda, Reza, Monica, Farida, Anjali, dan Silvia yang senantiasa mendukung dan mensupport selama duduk dibangku perkuliahan.
8. Sahabat saya Adella yang selalu mendukung, dan memberikan semangat tanpa henti selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Grup Kpop Seventeen (Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Hong Jisoo, Wen Junhui, Kwon Soonyoung, Jeon Wonwoo, Lee Jihoon, Lee Seokmin, Kim Mingyu, Xu Minghao, Boo Seungkwan, Chwe Hansol, Lee Chan) yang telah menemani dan menghibur penulis melalui lagu-lagu dan Going Seventeen selama proses penulisan skripsi ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, mohon maaf atas segala kekurangan. Semoga Allah SWT senantiasa selalu meridhoi dan mempermudah jalan kita semua serta mudah-mudahan tulisan ini bisa bermanfaat untuk banyak pihak yang mungkin memiliki kepentingan atau kebutuhan inspirasi.

Semarang, 29 Agustus 2025

Penulis,

Tesya Dwi Rahmawati

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN YOUTUBE “ON MARISSA’S MIND: MENGENAL DIRI” DI CHANNEL GREATMIND TERHADAP MINAT BELAJAR DAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG

Tesya Dwi Rahmawati
32802100094

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya youtube sebagai sarana memperoleh informasi maupun hiburan di kalangan mahasiswa. Salah satu konten yang banyak diminati adalah *On Marissa’s Mind* yang diproduksi oleh *channel* Greatmind. Konten tersebut dinilai mampu memberikan wawasan baru yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa dalam mengembangkan pemahaman diri sekaligus meningkatkan minat belajar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten youtube *On Marissa’s Mind: Mengenal Diri* terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Uses and Gratification Theory*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan menggunakan paradigma *positivisme*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* kepada 100 responden yang merupakan subscriber *channel* youtube Greatmind dan mahasiswa di kota Semarang yang menonton *video channel* Greatmind. Uji perhitungan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Versi 25 untuk menguji data statistik.

Hasil uji validitas dan reliabilitas seluruh item kuesioner menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid dan reliabel. Hasil uji analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan konten youtube *On Marissa’s Mind: Mengenal Diri* terhadap minat belajar komunikasi interpersonal sebesar **34,6%**, sedangkan sisanya **65,4%** dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Konten youtube *On Marissa’s Mind: Mengenal Diri* juga berpengaruh signifikan terhadap kemampuan komunikasi interpersonal sebesar **29,6%**, sedangkan sisanya **70,4%** dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Kemudian hasil uji T menunjukkan bahwa variabel konten youtube *On Marissa’s Mind: Mengenal Diri* berpengaruh positif terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal.

Kata Kunci: *On marissa’s Mind*, Minat Belajar, Komunikasi Interpersonal

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE YOUTUBE CONTENT "ON MARISSA'S MIND: KNOWING YOURSELF" ON THE GREATMIND CHANNEL ON LEARNING INTEREST AND INTERPERSONAL COMMUNICATION SKILLS OF STUDENTS IN SEMARANG CITY

Tesya Dwi Rahmawati
32802100094

This research is motivated by the increasing use of social media, particularly YouTube, as a means of obtaining information and entertainment among college students. One of the most popular content is "On Marissa's Mind," produced by the Greatmind channel. This content is considered capable of providing new insights relevant to students' needs in developing self-understanding while increasing interest in learning. This study aims to determine the extent of the influence of the YouTube content "On Marissa's Mind: Mengenal Diri" on learning interest and interpersonal communication skills among college students in Semarang City. The theory used in this study is the Uses and Gratification Theory. The type of research conducted is quantitative with a positivist paradigm. Data collection was conducted using a purposive sampling technique with 100 respondents who were subscribers to the Greatmind YouTube channel and students in Semarang who watched Greatmind videos. The calculation test in this study used simple linear regression analysis with the help of IBM SPSS Version 25 to test the statistical data.

The results of the validity and reliability tests for all questionnaire items indicated that all items were valid and reliable. The simple linear regression analysis showed a significant influence of the YouTube content "On Marissa's Mind: Mengenal Diri" on interest in learning interpersonal communication (34.6%), while the remaining 65.4% was influenced by other factors not examined. The YouTube content "On Marissa's Mind: Mengenal Diri" also significantly influenced interpersonal communication skills (29.6%), while the remaining 70.4% was influenced by other factors outside the study. Furthermore, the T-test results indicated that the YouTube content "On Marissa's Mind: Mengenal Diri" had a positive effect on interest in learning and interpersonal communication skills.

Keywords: On Marissa's Mind, Learning Interest, Interpersonal Communication

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN II.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Paradigma penelitian.....	9
1.5.2 State Of The Art	10
1.6 Teori Penelitian	17
1.6.1 Teori Uses and Gratification	17
1.6.2 Kerangka pemikiran.....	21
1.7 Hipotesis	22
1.8 Definisi Konseptual	23
1.8.1 Youtube	Error! Bookmark not defined.
1.8.2 Konten Youtube On Marissa’s Mind Mengenal Diri	23
1.8.3 Minat Belajar Komunikasi Interpersonal	24
1.8.4 Kemampuan Komunikasi Interpersonal.....	27
1.9 Definisi Operasional	28
1.9.1 Konten Youtube On Marissa’s Mind Mengenal Diri (X)	29
1.9.2 Minat Belajar Komunikasi Interpersonal (Y1)	29
1.9.3 Kemampuan Komunikasi Interpersonal (Y2)	29
1.10 Metode Penelitian	31
1.10.1 Tipe Penelitian	31

1.10.2 Sumber Data.....	31
1.10.3 Teknik Pengumpulan Data	32
1.10.4 Populasi.....	33
1.10.5 Sampel.....	33
1.10.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
1.10.7 Skala Pengukuran.....	34
1.10.8 Teknik Pengolahan Data	35
1.10.9 Teknik Analisis Data	36
1.10.10 Instrumen Penelitian	38
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	40
2.1 Gambaran Umum YouTube Greatmind	40
2.1.1 Sejarah YouTube Greatmind	40
2.1.2 Konten Greatmind (Marissa Anita).....	42
2.1.3 Marissa Anita	46
BAB III TEMUAN HASIL PENELITIAN	48
3.1 Karakteristik Responden.....	48
3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Instansi.....	49
3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal atau Alamat	50
3.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
3.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Greatmind.....	52
3.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang Yang Menonton On Marissa's Mind: Mengenal Diri	52
3.2 Konten Youtube On Marissa's Mind Mengenal Diri (X).....	53
3.4 Kemampuan Komunikasi Interpersonal (Y2)	72
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	83
4.1 Uji Validitas	83
4.2 Uji Reliabilitas	87
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.1.3 Uji Normalitas.....	89
4.1.4 Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.4 Uji Hipotesis	92
4.4.1 Analisis regresi Linier Sederhana	92
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi	95
4.4.3 Uji T	96
4.5 Pembahasan.....	97

4.5.1 Pengaruh Konsumsi Konten Youtube “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” terhadap Minat Belajar Komunikasi Interpersonal	100
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111
Minat Belajar Komunikasi Interpersonal (Y1)	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik jumlah penggunaan media sosial di Indonesia.....	5
Gambar 1. 2 Channel Youtube Greatmind	6
Gambar 1. 3 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 2. 1 Youtube Greatmind	40
Gambar 2. 2 Youtube Greatmind	42
Gambar 2. 3 Youtube Greatmind	43
Gambar 2. 4 Youtube Greatmind	44
Gambar 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 3. 2 Karakteristik responden Berdasarkan Instansi	49
Gambar 3. 3 Karakteristik responden Berdasarkan daerah Asal atau Alamat	50
Gambar 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Greatmind	52
Gambar 3. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang Yang Menonton.....	53
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Variabel X dan Y1	89
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Variabel X dan Y2	90
Gambar 4. 3 Uji Heterokedasitas X dan Y1	91
Gambar 4. 4 Uji Heterokedasitas X dan Y2	92
Gambar 4. 5 Uji Regresi Linier Sederhana Konten Youtube On Marissa's Mind: Mengenal Diri Terhadap Minat Belajar Komunikasi Interpersonal.....	93
Gambar 4. 6 Uji Regresi Linier Sederhana Konten Youtube On Marissa's Mind: Mengenal Diri Terhadap Kemampuan komunikasi Interpersonal	94
Gambar 4. 7 Uji Koefisien Determinasi X terhadap Y1	95
Gambar 4. 8 Uji Koefisien Determinan X terhadap Y2	95
Gambar 4. 9 Uji Parsial X terhadap Y1	96
Gambar 4. 10 Uji Parsial X terhadap Y2	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 State Of The Art	10
Tabel 1. 2 Definisi Operasional.....	31
Tabel 1. 3 Skala Pengukuran Likert	35
Tabel 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 3. 2 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Bahwa Marissa Sebagai Pembicara Memiliki Latar Belakang Yang Membuatnya Layak Dipercaya.	53
Tabel 3. 3 Persentase Responden Berdasarkan Informasi Yang Disampaikan Dalam Video Dapat Dipercaya Dan Tidak Menyesatkan.....	54
Tabel 3. 4 Persentase Responden Berdasarkan Tertarik menonton video karena gaya penyampaian marissa yang menarik	55
Tabel 3. 5 Persentase Responden Berdasarkan Penampilan Dan Cara Bicara Marissa Memberikan Kesan Positif.....	56
Tabel 3. 6 Persentase Responden Berdasarkan Saya Menganggap Marissa Memiliki Pengaruh Dalam Membentuk Cara Pandang Saya Terhadap Topik “Mengenal Diri”	57
Tabel 3. 7 Persentase Responden Berdasarkan Pendapat Yang Disampaikan Marissa Mampu Mempengaruhi Saya Untuk Mengevaluasi Diri Sendiri.....	58
Tabel 3. 8 Persentase Responden Berdasarkan Topik Yang Dibahas Dalam Video Sangat Relevan Dengan Kehidupan Saya Sebagai Mahasiswa	59
Tabel 3. 9 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Tertarik Untuk Menonton Episode Lainnya Setelah Melihat Video “Mengenal Diri”	60
Tabel 3. 10 Presentase Responden Berdasarkan Saya Dapat Memahami Dengan Jelas Pesan Yang Disampaikan Dalam Video Tersebut.....	61
Tabel 3. 11 Persentase Responden Berdasarkan Penjelasan Yang Diberikan Dalam Video Membuat Saya Memahami Konsep Mengenal Diri Dengan Baik.....	62
Tabel 3. 12 Persentase Responden Berdasarkan Saya Menerima Isi Pesan Dalam Video Sebagai Sesuatu Yang Penting Dan Bermanfaat.....	63
Tabel 3. 13 Persentase Responden Berdasarkan Nilai-Nilai Yang Disampaikan Dalam Video Sesuai Dengan Pandangan Atau Prinsip Saya	64
Tabel 3. 14 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Tertarik Untuk Mempelajari Lebih Dalam Komunikasi Interpersonal Setelah Menonton Konten “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri”	65

Tabel 3. 15 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Konten Tersebut Relevan Dengan Kehidupan Dan Interaksi Saya Sehari-Hari.....	66
Tabel 3. 16 Persentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Video Tersebut, Saya Merasa Termotivasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Saya	67
Tabel 3. 17 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Lebih Bersemangat Untuk Mengikuti Perkuliahan Atau Kegiatan Yang Berhubungan Dengan Komunikasi Interpersonal	68
Tabel 3. 18 Persentase Responden Berdasarkan Saya Mendapatkan Pengetahuan Baru Tentang Pentingnya Mengenal Diri Dalam Membangun Komunikasi Yang Baik.....	69
Tabel 3. 19 Persentase Responden Berdasarkan Video Yang Saya Tonton Memberikan Wawasan Yang Mudah Dipahami Terkait Konsep Komunikasi Interpersonal	70
Tabel 3. 20 Persentase Responden Berdasarkan Saya Bisa Mengingat Sebagian Besar Poin Penting Dari Video “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” Mampu Menarik Perhatian Saya Dari Awal Hingga Akhir.....	71
Tabel 3. 21 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Video “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” Mampu Menarik Perhatian Saya Dari Awal Hingga Akhir.....	72
Tabel 3. 22 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Nyaman Mengungkapkan Pikiran Dan Perasaan Kepada Orang Lain.....	73
Tabel 3. 23 Persentase Responden Berdasarkan Saya Terbuka Terhadap Pendapat Atau Sudut Pandang Yang Berbeda Dari Orang Lain.....	74
Tabel 3. 24 Persentase Responden Berdasarkan Saya Dapat Memahami Apa Yang Dirasakan Orang Lain Dalam Situasi Tertentu	75
Tabel 3. 25 Persentase Responden Berdasarkan Saya Peduli Terhadap Perasaan Orang Lain Dalam Setiap Percakapan Yang Saya Lakukan.....	76
Tabel 3. 26 Persentase Responden Berdasarkan Saya Berusaha Menciptakan Suasana Komunikasi Yang Membuat Orang Lain Merasa Nyaman Dan Didukung.....	77
Tabel 3. 27 Persentase Responden Berdasarkan Saya Memberikan Dukungan Atau Semangat Kepada Orang Lain Saat Mereka Mengalami Kesulitan.....	78
Tabel 3. 28 Persentase Responden Berdasarkan Saya Sering Menggunakan Bahasa Tubuh Atau Nada Bicara Yang Menyenangkan Dalam Interaksi Saya	79
Tabel 3. 29 Persentase Responden Berdasarkan Berusaha Untuk Bersikap Optimis Dan Positif Dalam Setiap Komunikasi	80

Tabel 3. 30 Persentase Responden Berdasarkan Saya Memandang Setiap Orang Memiliki Hak Yang Sama Untuk Berpendapat Dalam Komunikasi.....	81
Tabel 3. 31 Persentase Responden Berdasarkan Saya Menghargai Pendapat Orang Lain Meskipun Berbeda Dengan Pendapat Saya	82
Tabel 4. 1 Uji Validitas Konten Youtube On Marissa's Mind: Mengenal Diri.....	84
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Minat Belajar Komunikasi Interpersonal	85
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Kemampuan Komunikasi Interpersonal.....	86
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten Youtube On Marissa's Mind Mengenal Diri	87
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Variabel Minat Belajar Komunikasi Interpersonal.....	88
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Variabel Kemampuan Komunikasi Interpersonal	88



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hakikatnya pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya, untuk memiliki potensi spiritual keagamaan, pengendalian diri, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, dan Negara. Menurut Sutrisno (2016:29), Pendidikan juga merupakan suatu upaya yang terencana yang dilakukan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh peserta didik. Hal itu sesuai dengan peraturan pemerintahan republik Indonesia pada Undang-Undang Nomor 28 tahun 1990 tentang Sistem Pendidikan Nasional menetapkan bahwa pendidikan dasar dan menengah diselenggarakan untuk mengembangkan sikap dan kemampuan dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar yang diperlukan untuk bersosialisasi dengan masyarakat dan mempersiapkan peserta didik yang memenuhi persyaratan agar dapat mengikuti Pendidikan selanjutnya (Pascarella et al., 2020).

Revolusi Industri 4.0 membawa dampak yang sangat besar bagi sistem pendidikan saat ini. Perubahan yang semakin cepat ditambah dengan kebutuhan manusia yang semakin kompleks, pendidikan harus diselaraskan untuk menjawab semua tantangan zaman sekarang. Hal ini sejalan dengan proyeksi bangsa untuk menyambut Generasi Emas Indonesia 2045 (Kemendikbud, 2019). Untuk mencapai dan mewujudkan proyeksi tersebut, pendidikan harus menjadi alat utama pembangunan manusia Indonesia. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

(Kemendikbud) sebagai pemimpin sektor pendidikan nasional yang memiliki peran penting dalam mewujudkan kualitas sumber daya manusia Indonesia, kemudian mensosialisasikan beberapa kebijakan utama, antara lain kebijakan program belajar merdeka (Mulyasa, 2021).

Universitas merupakan perguruan tinggi yang terdiri dari sejumlah fakultas yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan vokasi dalam sejumlah ilmu pengetahuan, teknologi, atau seni. Mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, suatu universitas harus memenuhi syarat, sebagai penyelenggara pendidikan pada rumpun ilmu pendidikan tanpa batas seperti menyediakan pendidikan profesi dan spesialis. Rumpun ilmu universitas juga beragam seperti humaniora, rumpun ilmu sosial, rumpun ilmu alam, rumpun ilmu agama, dan sebagainya. Terdapat banyak universitas di Indonesia antara lain, Universitas Islam Sultan Agung, Universitas Diponegoro, Universitas Padjadjaran, Universitas Dian Nuswantoro, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Universitas Negeri Semarang, Universitas Muhammadiyah Semarang, dan lain sebagainya.

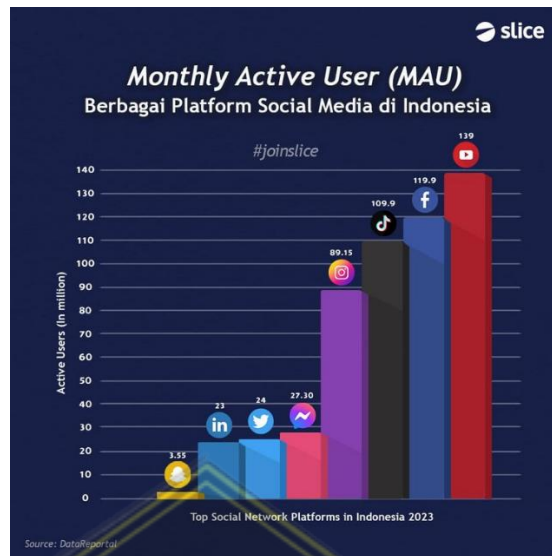
Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dalam proses belajar siswa dalam universitas adalah minat belajar mahasiswa itu sendiri (Lumbantobing, PA, 2020: 556). Minat merupakan rangsangan yang mendorong mahasiswa untuk terlibat melakukan kegiatan pembelajaran agar tujuan pembelajaran tercapai. Dengan kata lain, minat merupakan bentuk dorongan yang dapat melibatkan mahasiswa dalam kegiatan belajar. Dosen harus memahami beberapa hal seperti kapan mahasiswa perlu memiliki minat untuk mensukseskan proses pembelajaran,

dan bagaimana proses pembelajaran harus menyenangkan, mengurangi kecemasan mahasiswa dan meningkatkan kreativitas mahasiswa (Fitri, Y, 2020: 200). Ketika mahasiswa memiliki minat belajar yang tinggi, kegiatan belajar mengajar cenderung meningkat dalam arti belajar yang mengarah pada aktif dan mahasiswa akan benar-benar mengikuti proses belajar mengajar sehingga tujuan pembelajaran di kelas yang diharapkan dapat tercapai (Pohan, dkk, 2020: 534). Minat mahasiswa berasal dari luar diri individu yang berfungsi sebagai penggerak yang dapat membuat seseorang sangat bersemangat dalam belajar. Minat positif dapat membuat mahasiswa memiliki minat, perhatian dan kerja keras agar semua tugas yang diberikan oleh dosen dapat diselesaikan dengan baik.

Minat belajar berhubungan dengan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa (Sari et al., 2022). Komunikasi interpersonal menjadi sarana untuk menjalin hubungan yang baik antara siswa dengan siswa, dan siswa dengan guru. Hakikat dari hubungan interpersonal ini adalah ketika berkomunikasi, tidak hanya menyampaikan isi pesan, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan komunikan maupun pihak-pihak terkait (Murtiningsih dkk, 2019). Komunikasi interpersonal yang tidak berjalan efektif dapat menyebabkan hal-hal yang kurang baik dan tidak diinginkan. Hal ini dapat berpengaruh kepada hubungan antar individu yang menjadi renggang (Badawi & Rahadi, 2021). Penting bagi manusia mempelajari dan mencari pengalaman berkomunikasi interpersonal untuk menjaga efektivitas komunikasi interpersonal itu sendiri. Keterampilan komunikasi interpersonal bukan hanya keterampilan biasa melainkan keterampilan yang harus dimiliki mahasiswa (Permatasari, 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa

komunikasi interpersonal dalam pendidikan adalah penting bahwa itu harus ditingkatkan untuk mempersiapkan siswa di dunia kerja (Phulsunge & Kalbonde, 2019). Ariyani & Hadiani (2020) juga menemukan keterampilan komunikasi interpersonal memiliki hubungan dengan prestasi akademik mahasiswa. Maka perlu menjadi perhatian bagi instansi pendidikan untuk lebih mengembangkan soft skills mahasiswa khususnya keterampilan komunikasi interpersonal.

Berdasarkan hasil observasi lapangan pada salah satu Universitas di Kota Semarang, ditemukan mahasiswa tidak memiliki minat belajar yang tinggi. Hal tersebut terlihat saat mahasiswa tidak aktif dalam sesi kuliah. Saat, sesi diskusi mahasiswa juga tidak aktif untuk diskusi dan membuat sesi diskusi membosankan. Selain itu, hasil wawancara awal peneliti pada 10 mahasiswa di Kota Semarang juga ditemukan sebanyak 8 mahasiswa masih belum memiliki keterampilan berkomunikasi dengan baik. Dimana pada saat wawancara dilakukan banyak diantara mereka mengatakan bahwa mereka kurang mampu memberikan masukan dan pendapat karena takut pendapatnya tidak diterima dan membuat lawan bicaranya tersinggung saat sesi diskusi dalam perkuliahan. Kemudian, mahasiswa juga sering mendapat teguran dari dosen karena tidak memperhatikan waktu dan kalimat yang baik dalam berkomunikasi melalui whatsapp. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat belajar dan komunikasi interpersonal mahasiswa kota Semarang. Pada penelitian ini, salah satu faktor yang akan diteliti yaitu konten YouTube on marissa'a mind: mengenal diri di channel Greatmind.

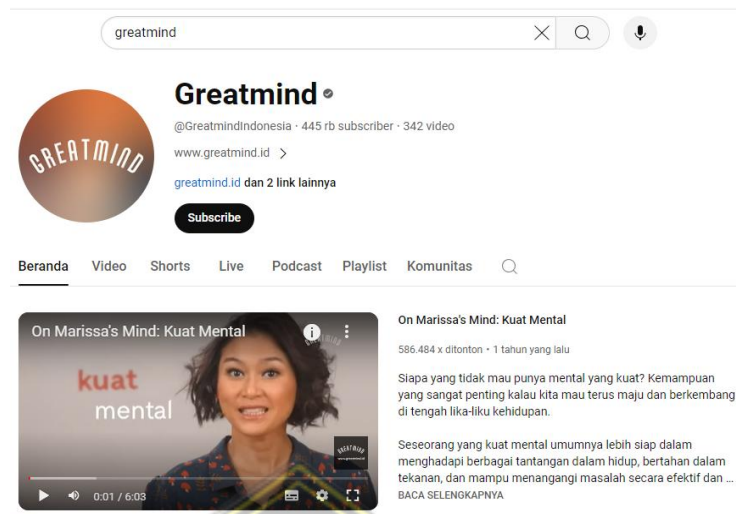


Gambar 1. 1 Grafik jumlah penggunaan media sosial di Indonesia

Sumber: slice diakses 10 Juni 2024 pukul 09.40 WIB

Menurut data dari Slice, Youtube dan Facebook masih menjadi media sosial terpopuler di Indonesia. Tiktok, di urutan ketiga, telah berhasil mengalahkan popularitas Instagram. Kemudian ada Facebook Messenger, Twitter, LinkedIn, dan Snapchat yang tidak sepopuler 4 platform lainnya. YouTube bukan sekedar platform untuk membuat dan menonton video, tapi juga untuk membentuk komunitas baru, berinteraksi di kolom komentar, hingga meramaikan sebuah live streaming. YouTube memiliki hingga 139 juta pengguna aktif di Indonesia pada tahun 2023, dimana angka tersebut melebihi setengah dari populasi Indonesia sendiri.

Konten YouTube sudah menjadi pembicaraan dan tren yang marak digemari oleh para mahasiswa. Hal ini tampak dari penggunaan YouTube dikalangan mahasiswa yang memilih untuk menonton konten yang ada di YouTube secara berkala sesuai dengan jadwal unggahan video para pembuatnya.



Gambar 1. 2 Channel Youtube Greatmind

Sumber: Youtube diakses 10 Juni pukul 10.00 WIB

Greatmind merupakan sebuah podcast yang ada di channel youtube yang memiliki konten bertujuan mengeksplorasi pemikiran para influencer tentang ide, aspirasi, dan advokasi mereka dalam hidup. Marisa dalam channel youtube greatmind mengutip dari Socrates yang menyatakan bahwa hidup yang tidak ditelaah tidak layak untuk dijalani. Socrates mungkin terdengar ekstrem, tapi ada benarnya. Penting untuk menelaah diri, agar semakin memahami diri, semakin nyaman menjalani hidup. Marisa menyatakan setelah menelaah diri, dia menyetakan lebih nyaman beberapa tahun terakhir. Dulu, ia lebih mudah cemas, bingung, tidak jarang pula terombang-ambing emosi atau opini orang lain. Pernah juga hilang kendali atas diri sehingga berujung pada sejumlah keputusan hidup yang kurang bijak. Konflik dalam diri juga berakibat konflik dengan orang lain. Jadinya, kurang menikmati dan merasa puas dengan hidup. Mengenal diri adalah sebuah proses yang panjang dan tidak selalu mudah. Proses dimana kita berani menatap dan menganalisa diri dari segala sisi, termasuk sisi yang tidak mengenakan.

Dengan menganalisa diri, kita belajar memahami apa pun emosi yang kita rasakan dan dari mana akar emosi ini. Dan kesadaran ini membuat kita lebih mampu menanggapi situasi sulit dengan cara tenang dan bijak.

Juitania & Indrawan (2020) menemukan penggunaan konten YouTube sebagai media ajar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat belajar Bahasa Inggris mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pamulang. Firdaus (2020) juga menemukan Youtube “Johnnys’ Jr. Channel” memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat belajar komunitas Junior-tan untuk belajar bahasa Jepang. Selain itu, media youtube memiliki pengaruh terhadap peningkatan komunikasi interpersonal anak usia sekolah dasar (Fazilla & Sari, 2022). Hasil penelitian Widyastono & Santosa (2023) juga menemukan media youtube berpengaruh signifikan terhadap komunikasi interpersonal siswa SDN Karangdinoyo 2, yang berarti media youtube efektif untuk mengembangkan komunikasi.

Penelitian serupa telah dilakukan oleh Kumala (2021) menganalisis pengaruh penggunaan youtube terhadap minat dan motivasi belajar matematika. Alawi & Anggraini (2024) menganalisis pengaruh konten youtube “bang tutorial” terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa broadcast. Selain itu, Balqis dkk (2024) menganalisis peran media sosial melalui aplikasi youtube dalam meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal siswa SMP Sriwijaya Palembang. Namun, masih terdapat keterbatasan dalam mengkaji pengaruh konten YouTube terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal

sehingga menjadi gap dalam penelitian. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Semarang sebagai kebaruan dalam penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini diberi judul *“Pengaruh Konten Youtube On Marissa'a Mind: Mengenal Diri Di Channel Greatmind Terhadap Minat Belajar Dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Di Kota Semarang”*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten YouTube on marissa'a mind: mengenal diri di channel Greatmind terhadap minat belajar komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten YouTube on marissa'a mind: mengenal diri di channel Greatmind terhadap kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten YouTube on marissa'a mind: mengenal diri di channel Greatmind terhadap minat belajar komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang.

2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten YouTube on marissa'a mind: mengenal diri di channel Greatmind terhadap kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semara

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah terkait pengaruh media digital, khususnya konten youtube, terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana konsumsi konten edukatif di youtube, seperti channel Greatmind, dapat meningkatkan minat belajar dan keterampilan komunikasi interpersonal.

c. Secara Sosial

Penelitian ini diharapkan mendorong terbentuknya lingkungan sosial akademik yang sehat, dimana mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana pengembangan diri.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma penelitian

Paradigma penelitian adalah cara pandang atau kerangka berpikir yang digunakan oleh seorang peneliti untuk memahami suatu masalah (Nugroho, 2021). Paradigma ini membantu peneliti menentukan bagaimana melihat suatu fenomena, apa yang ingin diketahui, dan bagaimana cara mencari

jawabannya. Dengan paradigma, peneliti bisa lebih jelas dalam mengambil langkah-langkah, seperti memilih metode penelitian, jenis data yang akan dikumpulkan, dan cara menganalisis data tersebut. Misalnya, apakah peneliti ingin melihat suatu hubungan sebab-akibat dengan angka dan statistik, atau justru ingin memahami lebih dalam makna dan pengalaman orang-orang.

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma positivisme. Metode penelitian kuantitatif yang berpegang pada paradigma positivisme antara lain berpendirian pengalaman bersifat objektif dan dapat diukur melalui gejala-gejala yang nampak, hukum universal dapat dicari melalui semua kasus, realistis atau kebenaran hanya ada satu yang dapat dipelajari melalui ciri-ciri atau teori tertentu, setiap sebab ada akibat yang hubungannya bersifat linier (Haryono, 2021).

1.5.2 State Of The Art

Berikut adalah beberapa penelitian sejenis dan terkait yang dijadikan acuan untuk melakukan penelitian antara lain:

Tabel 1. 1 State Of The Art

No	Nama dan Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Alawi, Rosita Anggraini (2024) Pengaruh Konten Youtube “Bang Tutorial” Terhadap	Penelitian kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa konten YouTube “Bang Tutorial” memiliki pengaruh cukup signifikan terhadap minat belajar

	Minat Belajar Mengedit Video Pada Mahasiswa Broadcast.		mahasiswa broadcast di Jakarta Selatan. Hal ini dilihat pada indikator audio visual, talent, graphic dan pacing konten YouTube “Bang Tutorial” mempunyai nilai yang signifikan terhadap minat belajar mahasiswa. Konten YouTube “Bang Tutorial” juga memiliki pengaruh yang sedang terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa broadcast di Jakarta Selatan.
2.	Sarah Fazilla, Dwhy Dinda Sari (2022) Pengaruh Media Youtube Terhadap Komunikasi Interpersonal Siswa	Penelitian kuantitatif	Rata-rata komunikasi interpersonal siswa yang diajar di media YouTube lebih tinggi daripada rata-rata siswa yang diajar di media cetak, yaitu buku.

	Sekolah Dasar It Bunayya Kota Lhokseumawe.	Hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa penggunaan media YouTube berpengaruh terhadap komunikasi interpersonal siswa sekolah dasar di SDIT Bunayya Kota Lhokseumawe. Media sosial YouTube pada dasarnya hanyalah sebuah alat/media, artinya dapat memberikan dampak yang berbeda bagi setiap penggunanya. Itu semua tergantung bagaimana pengguna menggunakannya secara optimal, menyesuaikan dengan tumbuh kembang anak, serta membutuhkan kontrol dan pengawasan orang tua atau guru.
--	---	--

3.	Sinta Fidia Sari, Yanti Sri Wahyuni, Hefni (2022) Hubungan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Minat Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Ips di Kelas VII di SMP N 01 Sungai Rumbai Dharma Raya.	Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Minat Belajar Siswa. Hal ini terlihat melalui uji hipotesis yang menggunakan uji t. Dari hasil analisis diperoleh $t_{hitung} = 2,41$ dan $t_{tabel} = 1,70$ berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu H_1 karena $2,41 > 1,70$. Hal ini. Setelah dilakukan uji hipotesis diperoleh bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Komunikasi Interpersonal Guru terhadap Minat Belajar Siswa Dalam Pelajaran Sosiologi Siswa
----	---	-------------------------------	---

			Kelas VII Di SMP N 01 Sungai Rumbai Dharmasraya.
4.	Sumunik, Herry Widyastono, Eka Budi Santosa (2023) Efektivitas Youtube dalam Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Siswa SDN Karangdino 2 Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro	Penelitian Kuantitatif	Nilai komunikasi interpersonal siswa yang diajar di media YouTube lebih tinggi daripada rata- rata siswa yang diajar dengan media cetak, yaitu buku. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penggunaan media YouTube berpengaruh signifikan terhadap komunikasi interpersonal siswa sekolah dasar di SD Negeri Karangdino 2 Sumberrejo Bojonegoro, yang berarti media youtube efektif untuk mengembangkan komunikasi interpersonal

		siswa SD. Media sosial YouTube pada dasarnya hanyalah sebuah alat/media, artinya dapat memberikan dampak yang berbeda bagi setiap penggunanya. Itu semua tergantung bagaimana pengguna menggunakannya secara optimal, menyesuaikan dengan tumbuh kembang anak, serta membutuhkan kontrol dan pengawasan orang tua atau guru.
--	--	--

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas. Pada penelitian dengan judul “Pengaruh Konten Youtube “Bang Tutorial” Terhadap Minat Belajar Mengedit Video Pada Mahasiswa Broadcast” yang diteliti oleh Muhammad Alwi dan Rosita Anggraini, meneliti tentang pengaruh konten tutorial terhadap minat belajar mengedit video pada Mahasiswa *broadcast*. Sedangkan dalam penelitian ini, meneliti mengenai pengaruh konten youtube on marissa’a mind mengenal diri terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang.

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas. Pada penelitian dengan judul "Pengaruh Media Youtube Terhadap Komunikasi Interpersonal Siswa Sekolah Dasar It Bunayya Kota Lhokseumawe" yang diteliti oleh Sarah Fazilla dan Dwhy Dinda Sari meneliti tentang pengaruh media youtube terhadap komunikasi interpersonal siswa sekolah dasar. Sedangkan dalam penelitian ini, meneliti mengenai pengaruh konten youtube on marissa'a mind mengenal diri terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas. Pada penelitian dengan judul "Hubungan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Minat Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Ips di Kelas VII di SMP N 01 Sungai Rumbai Dharmasraya." yang diteliti oleh sinta fidia sari, yanti sri wahyuni dan hefni meneliti tentang hubungan kemampuan komunikasi interpersonal guru terhadap minat belajar siswa dalam pembelajaran ips. Sedangkan dalam penelitian ini, meneliti mengenai pengaruh konten youtube on marissa'a mind mengenal diri terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas. Pada penelitian dengan judul "Efektivitas Youtube dalam Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Siswa SDN Karagdinoyo 2 Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro". Sedangkan dalam penelitian ini, meneliti mengenai pengaruh konten youtube on marissa'a mind mengenal diri terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang.

1.6 Teori Penelitian

1.6.1 Teori Uses and Gratification

Uses and gratification Theory merupakan salah satu teori yang populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengusulkan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiens mencari, menggunakan, dan merespons konten media secara berbeda karena berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu dan audiens. Inti *Uses and Gratification Theory* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, (Kriyantono:208). Media diasumsikan berusaha untuk memenuhi motif khalayak. Jika motif tersebut terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Audiens dipandang mengetahui kebutuhan mereka dan bertanggungjawab atas pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Audiens dinilai sebagai partisipan aktif dalam proses komunikasi.

Teori *uses and gratification* lahir dari pemikiran tiga ilmuwan yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumen, dan Michael Gurevitch yang berpendapat bahwa audiens memiliki hasrat (secara faktor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang mereka inginkan dari media yang mereka konsumsi (Karunia H et al., 2021). Hal inilah yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Katz, Blumler dan Gurevitch menyatakan bahwa ada lima asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:

- a. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
 - b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu.
 - c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
 - d. Khalayak memiliki kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka, minat dan motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
 - e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.
- 1) Audiens aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.

Dalam perspektif penggunaan dan kepuasan audiens dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Dengan kata lain tingkat keaktifan audiens merupakan variabel. Perilaku komunikasi audiens mengacu pada target dan tujuan yang ingin isi dicapai serta berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal mereka.

- 2) Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiens.

Asumsi ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh audiens sendiri. Karena sifatnya yang aktif maka audiens mengambil inisiatif.

- 3) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain.

Media dan audiens tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas, dan hubungan antara media dan audiens dipengaruhi oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.

- 4) Audiens sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media.

Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media. Audiens melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya.

- 5) Penilaian isi media ditentukan oleh audiens.

Isi media hanya dapat dinilai oleh audiens sendiri. Program televisi yang dianggap tidak bermutu bisa menjadi berguna bagi audiens tertentu karena merasakan mendapatkan kepuasan dengan menonton program tersebut.

Khalayak menggunakan media karena ada dorongan dari dalam diri mereka untuk memuaskan keinginan mereka. Kegiatan ini dilakukan dengan berbagai cara. Saat ini, lebih banyak orang mengakses YouTube untuk mendapatkan informasi dan memperoleh kesenangan dalam memenuhi kebutuhan. McQuail dan rekan-rekannya mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak.

Mcquail dan rekannya mengemukakan empat alasan mengapa audiens menggunakan media, yaitu:

- a. Pengalihan (*disversion*), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
- b. Hubungan personal (*personal relationship*), terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
- c. Identitas sosial (*personal identity*), melibatkan cara-cara untuk menekankan nilai-nilai individu.
- d. Pengawasan (*surveillance*) / informasi, melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.

Efek yang muncul dari audiens seperti emosi dan perilaku dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi terhadap kemampuan media dalam memberikan kepuasan. Pada pendekatan *uses and gratification*, khalayak memiliki peran yang aktif dan selektif dalam memilih dan memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhannya. Khalayak telah memilih media tertentu yang sesuai dengan kebutuhannya, menjadi gambaran nyata upaya dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan motifnya. Khalayak secara aktif dalam memilih media karena setiap pengguna mempunyai tingkat yang berbeda dalam pemanfaatan media. Pendekatan ini jelas bertujuan untuk menggali motif-motif pendorong seseorang dalam menggunakan media.

Maka dari itu, teori ini dapat digunakan dalam penelitian mengenai pengaruh konten youtube “*on marissa’s mind: mengenal diri*” di channel Greatmind terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang, untuk memahami bagaimana konten Youtube spesifik dapat mempengaruhi minat belajar dan kemampuan

komunikasi interpersonal mahasiswa di Semarang. Ini mencerminkan pilihan aktif dan motivasi mahasiswa dalam mengonsumsi media sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pribadi mereka.

1.6.2 Kerangka pemikiran

Kerangka pikiran dibuat untuk menjelaskan secara teoritis antar variabel yang akan diteliti oleh peneliti. Kerangka pemikiran menurut Sugiyono (2019:95), merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



Gambar 1. 3 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- X : Pengaruh Konsumsi Konten Youtube “*On Marissa Mind: Mengenal Diri*”
Y1 : Minat Belajar Komunikasi Interpersonal
Y2 : Kemampuan Komunikasi Interpersonal

1.7 Hipotesis

Menurut Cooper dan Schindler (Edi Suryadi, 2019:119), hipotesis adalah klaim sementara yang menjelaskan hubungan anatar variable dan dimaksudkan untuk dievaluasi secara eksperimental. Ini hanya spekulasi sementara terhadap permasalahan penelitian hingga terbukti benar adanya melalui data yang peneliti kumpulkan. Adapun hipotesis penelitian dengan judul “Pengaruh Konten Youtube “*On Marissa’s Mind: Mengenal Diri*” di Channel Greatmind Terhadap Minat Belajar dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa di Kota Semarang” adalah sebagai berikut:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten *on marriss’s mind* mengenal diri di channel Greatmind terhadap minat belajar pada mahasiswa di kota Semarang.

Ha1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten *on marrissa’s mind* mengenal diri di channel Greatmind terhadap minat belajar pada mahasiswa di kota Semarang.

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten youtube *on marissa's mind*: mengenal diri di channel Greatmind terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang.

Ha2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara konsumsi konten youtube *on marissa's mind*: mengenal diri di channel Greatmind terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang.

1.8 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

1.8.1 Konten Youtube On Marissa's Mind Mengenal Diri

Konten youtube *on marissa's mind* mengenal diri adalah sebuah konten edukasi di media sosial youtube. Mengenal diri adalah sebuah proses yang panjang dan tidak selalu mudah. Proses dimana kita berani menatap dan menganalisa diri dari segala sisi, termasuk sisi yang tidak mengenakkan. Dengan menganalisa diri, kita belajar memahami apa pun emosi yang kita rasakan dan dari mana akar emosi ini. Dan kesadaran ini membuat kita lebih mampu menanggapi situasi sulit dengan cara tenang dan bijak. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan 6 indikator yang merupakan turunan dari variabel X yaitu 'Konten Youtube'. Indikator tersebut adalah kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten channel

youtube menarik perhatian, isi konten channel youtube dapat dimengerti dan isi konten channel youtube dapat diterima (Rakhmat, 2013:260).

a. Kredibilitas

Kredibilitas disini terdiri dari dua unsur. Unsur tersebut adalah kepercayaan dan keahlian.

b. Daya Tarik

Memiliki kesamaan dengan penonton dan keakraban dari komunikator kepada komunikan.

c. Kekuasaan seseorang komunikantor (kemampuan menjadi teladan).

d. Isi konten menarik perhatian

Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda.

e. Isi konten dapat dimengerti

Bersifat dua arah. Komunikan terlibat, bahasa yang digunakan mudah dipahami.

f. Isi konten dapat diterima

Memberi informasi dan bersifat menghibur.

1.8.3 Minat Belajar Komunikasi Interpersonal

Menurut Mahfudh Salahudin, minat adalah “Perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan”. Adapun pendapat Bimo Walgito, sebagaimana yang dikutip oleh Ramayulis menyatakan bahwa minat yaitu, “Suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”. Dari beberapa pengertian tersebut di atas, disini penulis dapat menyimpulkan bahwa minat adalah merupakan perasaan

senang dan tertarik pada suatu obyek, dan kesenangan itu lalu cenderung untuk memperhatikan dan akhirnya aktif berkecimpung dalam obyek tersebut. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktifitas akan memperhatikannya secara konsisten dengan rasa senang.

Menurut Crow and Crow (dalam Djaali, 2014:121) mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

1. Motif individu

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu hal seperti, membaca, menulis, mendengarkan, melihat dan yang lainnya.

2. Motif sosial

Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu.

3. Motif emosional

Bahwa minat mempunyai hubungan yang erat kaitannya dengan emosi. Jika seseorang mendapatkan kesuksesan pada suatu aktifitas akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya jika seseorang mendapatkan kegagalan pada suatu aktivitas maka akan menghilangkan minat pada hal tersebut.

Beberapa indikator minat belajar menurut Slameto yaitu: ketertarikan, perasaan senang, keterlibatan, dan penerimaan. Sehingga dapat dikemukakan dari beberapa definisi diatas mengenai indikator minat belajar, oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan indikator minat yaitu:

a) Ketertarikan

Berhubungan dengan daya dorong seseorang terhadap ketertarikan pada suatu benda, orang, kegiatan atau berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

b) Motivasi

Suatu keadaan dalam diri mahasiswa untuk dapat mengarahkan dan mendorong perilakunya untuk selalu menguasai materi-materi pembelajaran.

c) Pengetahuan

Pengetahuan diartikan sebagai sebuah wawasan yang dimiliki seseorang tentang suatu hal. Mahasiswa yang sudah memiliki wawasan tersebut akan semakin menunjukkan keterlibatannya untuk selalu mengikuti sebuah Pelajaran. Sehingga mengakibatkan mahasiswa tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan pembelajaran tersebut.

d) Perhatian

Perhatian adalah banyak atau sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktivitas yang dilakukan. Selanjutnya

menurut Sumadi Suryabrata yang dikutip oleh Nugroho bahwa perhatian adalah pemusatan tenaga psikis yang tertuju pada suatu obyek.

1.8.4 Kemampuan Komunikasi Interpersonal

Kemampuan berasal dari kata dasar mampu yang berarti bisa atau sanggup melakukan atau dapat. Kemampuan juga dapat diartikan sebagai kesanggupan untuk melakukan sesuatu dengan cepat, tepat dan cermat. Sedangkan menurut Robbin kemampuan adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan. Lebih lanjutnya, Robbin mengungkapkan bahwa kemampuan (*ability*) adalah kecakapan atau potensi seseorang untuk menguasai keahlian dalam melakukan atau mengerjakan beragam tugas dalam suatu pekerjaan atau suatu penilaian atas tindakan seseorang. Jadi peningkatan kemampuan dapat diartikan sebagai perubahan kapasitas yang lebih besar dalam menguasai keahlian dengan kesanggupan dalam mengerjakan suatu pekerjaan. Menurut Devito (2011: 256-264), komunikasi interpersonal yang efektif memiliki indikator anatara lain:

1. *Openness* (keterbukaan)

Openness (keterbukaan) adalah sikap mau menerima dengan positif setiap informasi yang diperoleh sangat penting dalam menjalin hubungan interpersonal. Keterbukaan atau sikap terbuka berperan besar dalam membangun komunikasi interpersonal yang efektif.

2. *Empathy* (Empati)

Empati adalah kemampuan untuk merasakan apa yang dialami orang lain, memahami makna dari perasaan tersebut, lalu menyampaikannya dengan penuh kepekaan sehingga orang lain merasa benar-benar dimengerti.

3. *Supportiveness* (dukungan)

Supportiveness (dukungan) merupakan kondisi yang memungkinkan terciptanya keterbukaan sehingga komunikasi dapat berjalan efektif. Sikap suportif ditunjukkan dengan mengurangi kecenderungan bersikap defensif dalam proses komunikasi.

4. *Positiveness* (sikap positif)

Positiveness (sikap positif) adalah sikap optimis terhadap diri sendiri, kemampuan memberi dorongan kepada orang lain untuk lebih aktif berpartisipasi, serta menciptakan suasana komunikasi yang mendukung sehingga interaksi dapat berlangsung efektif.

5. *Equality* (kesetaraan).

Equality (kesetaraan) adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak saling menghormati, memiliki nilai, serta sama-sama memiliki sesuatu yang penting untuk diberikan atau disumbangkan.

1.9 Definisi Operasional

Definisi operasional (*operational definition*) adalah proses mendefinisikan dan menggambarkan bagaimana sebuah ide akan dinilai secara objektif untuk memahaminya. Menjelaskan indikasi yang dijadikan sebagai indikator untuk memahaminya. Menjelaskan indikasi yang dijadikan sebagai indikator empiris keberadaan suatu variabel dikenal dengan definisi variabel

operasional (Edi Suryadi. 2019:152). Berikut ini adalah definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

1.9.1 Konten Youtube On Marissa's Mind Mengenal Diri (X)

- a) Kredibilitas
- b) Daya tarik
- c) Kekuasaan seorang komunikator
- d) Isi konten yang menarik
- e) Isi konten yang dapat dimengerti
- f) Isi konten dapat diterima

(Pratama & Hermanu, 2022)

1.9.2 Minat Belajar Komunikasi Interpersonal (Y1)

- a) Ketertarikan
- b) Motivasi
- c) Pengetahuan
- d) Perhatian

(Slameto, 2010)

1.9.3 Kemampuan Komunikasi Interpersonal (Y2)

- a) *Openness* (keterbukaan)
- b) *Empathy*
- c) *Supportiveness* (mendukung)
- d) *Positiveness* (sikap positif)
- e) *Equality* (kesetaraan)

(Devito, 2011)

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Konten Youtube On Marissa's Mind Mengenal Diri (X)	Kredibilitas	Likert
		Daya Tarik	
		Kekuasaan seorang komunikator	
		Isi konten menarik perhatian	
		Isi konten dapat dimengerti	
		Isi konten dapat diterima	
2.	Minat Belajar Komunikasi Interpersonal (Y1)	Ketertarikan	Likert
		Motivasi	
		Pengetahuan	
		Perhatian	
3.	Kemampuan Komunikasi Interpersonal (Y2)	<i>Openness</i> (keterbukaan)	Likert
		<i>Empathy</i>	
		<i>Supportiveness</i> (mendukung)	

		<i>Positiveness</i> (sikap positif)	
		<i>Equality</i> (kesetaraan)	

Tabel 1. 2 Definisi Operasional

1.10 Metode Penelitian

1.10.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga akhir pembuatan desain penelitian. Sedangkan penelitian kuantitatif eksplanatif adalah penelitian yang akan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang memengaruhi hipotesis peneliti.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian kuantitatif eksplanatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti populasi atau sampel dengan hasil berupa angka yang dapat digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel yang diteliti. Metode kuantitatif eksplanatif digunakan dalam penelitian ini karena untuk menjelaskan pengaruh antara variabel X yaitu Pengaruh konten youtube on marissa'a mind mengenal diri terhadap variabel Y yaitu terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang.

1.10.2 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut (Yusri, 2020) Data primer adalah data asli dan tidak mengalami perlakuan statistik apa pun. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus melakukan penyebaran kuesioner. Data primer yang digunakan oleh peneliti adalah jawaban dari responden yang didapatkan melalui angket (kuesioner) yang dihasilkan dari menyebar kuesioner mahasiswa yang ada di kota Semarang.

2. Data Sekunder

Menurut (Yusri, 2020) Data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung dari objek penelitian, melainkan data dari sumber lain yang juga ikut menginformasikan subjek penelitian. Dalam penelitian ini data diperoleh dari buku, jurnal, skripsi dan media online.

1.10.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Fraenkel (Edi Suryadi, 2019: 171), instrumentasi, yang terdiri dari tindakan untuk memilih atau merancang peralatan yang digunakan dan menentukan proses dan kondisi saat alat tersebut digunakan, adalah ungkapan yang digunakan untuk menggambarkan pengumpulan data dalam penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada responden mahasiswa di kota Semarang. Kuesioner tersebut akan disebarkan melalui link google formulir yang disediakan oleh peneliti kepada mahasiswa di kota Semarang sebagai responden penelitian.

1.10.4 Populasi

Pengertian populasi yaitu sebuah bidang luas yang terdiri dari suatu objek dan subjek yang memperlihatkan sifat tertentu yang telah ditentukan untuk ditarik kesimpulannya oleh peneliti yang mempelajarinya. Suatu populasi mencakup semua unit analisis dengan karakteristik yang sama dan dijadikan sebagai fokus oleh peneliti (Edi Suryadi, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 259.767 mahasiswa dari perguruan tinggi negeri maupun swasta di kota Semarang. (PDDikti, 2022)

1.10.5 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari suatu populasi yang dipilih oleh peneliti sebagai sumber data dan telah mewakili dari seluruh populasi. Pada penelitian ini, dalam mendapatkan sampel digunakan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* digunakan untuk menentukan ukuran sampel (n) jika diketahui ukuran populasi (N) pada taraf signifikan α . maka dari itu, kemungkinan terjadinya kesalahan yaitu 10% atau $\alpha = 0,1$. Apabila dijabarkan dalam rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah seluruh populasi

e : Toleransi error kesalahan dalam pengambilan sampel (10%)

1 : Bilangan Konstan

Ukuran sampel pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\&= \frac{259.767}{1 + 259.767 (0,1)^2} \\&= \frac{259.767}{2.598,67} \\&= 99,96\end{aligned}$$

Jadi, berdasarkan rumus *Slovin* menghasilkan jumlah sampel yaitu sebanyak 99,96 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

1.10.6 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan data dengan memilih sampel yang sudah dipertimbangkan dengan kriteria yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Prof.Dr.Sugiyono, 2019:129). Kriteria dalam penelitian ini adalah subscriber *channel* youtube Greatmind dan mahasiswa di kota Semarang yang menonton video *channel* Greatmind.

1.10.7 Skala Pengukuran

Dalam pengukurannya, variabel pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial

(Prof.Dr.Sugiyono, 2019:146). Suatu mekanisme yang digunakan untuk menetapkan nilai ke objek, termasuk nilai numerik dan properti disebut dengan skala pengukuran. Data yang dibutuhkan perlu diolah dalam melakukan pengujian hipotesis. Skala pengukuran yang diterapkan oleh peneliti yaitu skala Likert. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya disusun melalui indikator-indikator yang ditentukan jawaban setiap indikator instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari nilai tertinggi sampai nilai yang terendah

Tabel 1. 3 Skala Pengukuran Likert

No	Alternatif jawaban	Nilai
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STJ)	1

1.10.8 Teknik Pengolahan Data

Proses pengumpulan data yang akan dilakukan adalah:

1. Editing adalah kegiatan yang bertujuan untuk melakukan pemeriksaan sata meliputi apakah data tersebut sudah lengkap, apakah data tersebut

sudah jelas keterbacaannya dan juga relevansi tanggapannya serta konsistensi data yang telah digunakan.

2. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

1.10.9 Teknik Analisis Data

Analisis data mempunyai maksud dan tujuan yaitu untuk menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan untuk diolah agar dapat membuktikan hipotesis yang telah diambil oleh peneliti serta rumusan masalah tersebut dapat memperoleh jawaban (Azuar, 2016). Analisis yang digunakan peneliti sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan perhitungan statistik untuk menguji seberapa erat hubungan antara variabel (Trianggana, 2020). Analisis regresi yang paling sederhana dan sering digunakan adalah regresi linier sederhana. Dalam analisis regresi terdapat satu variabel terikat yang biasa ditulis dengan simbol (Y) dan satu variabel bebas atau lebih yang biasa ditulis dengan simbol (X). Hubungan kedua variabel tersebut memiliki sifat linier sesuai dengan namanya (Amiruddin dan Ishak, 2018).

Berikut persamaan dasar metode regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Y = variabel independen

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variable dependen (X) yang didasarkan pada variabel independen (Y)

X = variabel dependen

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan salah satu Teknik dari uji normalitas. Nilai signifikansi lebih dari 0,05 data tersebut dianggap data berdistribusi normal. Sedangkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dianggap tidak berdistribusi normal

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat masalah heterokedastisitas atau tidak. Suatu data dapat dikatakan bebas dari heterokedastisitas jika nilai signifikan pada kolom koefisiennya lebih besar dari 0,05.

4. Uji T (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait. Jika $T_{\text{tabel}} > T_{\text{hitung}}$ H_0 diterima, sedangkan jika $T_{\text{tabel}} < T_{\text{hitung}}$ maka H_1 diterima. Jika

Sig > a (0,05) maka H0 diterima dan H1 ditolak dan n jika Sig < a (0,05) maka H0 ditolak dan H1 diterima.

1.10.10 Instrumen Penelitian

Instrument dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kusioner yang telah disusun dilanjutkan dengan melakukan uji kuesioner. Uji kuesioner secara kuantitatif dapat dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Tes validitas instrumen menentukan apakah instrument tersebut telah mennagkap gagasan atau konstruk yang dimaksudkan untuk dinilai. Dengan kata lain, realitas gagasan atau konstruk yang dinilai berhubungan dengan validitas (Edi Suryadi, 2019: 184).

Yang dimaksud dengan uji validitas yaitu untuk mengukur kebenaran dan ketelitian pengukurannya dalam menjalankan fungsi dari sebuah alat ukur. Nilai koefisien korelasi (r) yang dicapai pada saat = 5% digunakan pada tabel untuk membandingkan hasil perhitungan dengan nilai tersebut. Item pernyataan pada survey dianggap akurat jika:

$$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$$

Sementara itu, jika pernyataan pertanyaan dalam surveu dinyatakan tidak sah, jika:

$$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$$

Dimana,

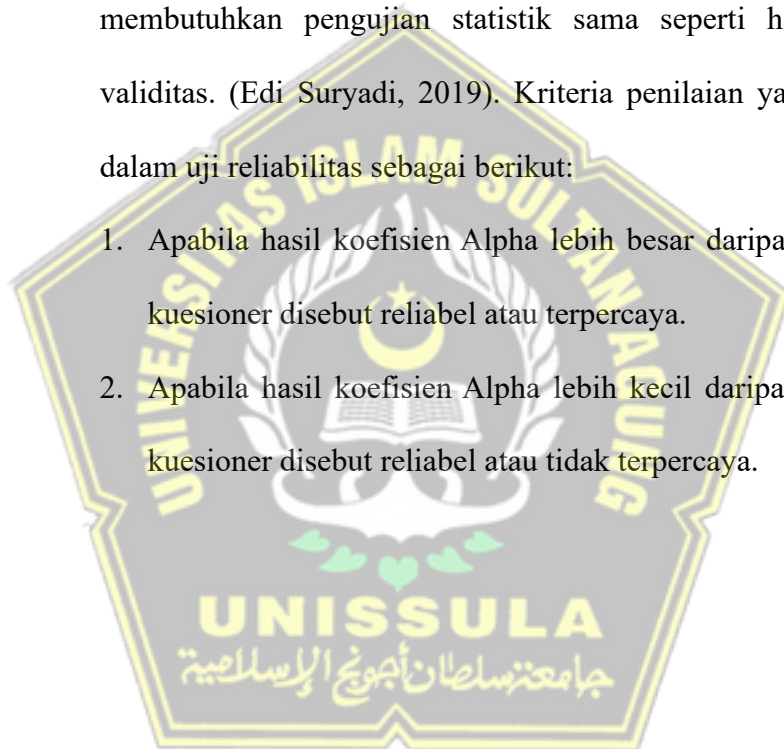
r hitung = koefisien korelasi hasil perhitungan

r_{table} = nilai r pada α yang ditetapkan.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu instrument dapat dikatakan konsisten disebut dengan uji reabilitas. Suatu alat digunakan guna mendapatkan hasil yang konsisten disebut dengan alat yang andal. Pengujian reabilitas juga membutuhkan pengujian statistik sama seperti halnya dengan validitas. (Edi Suryadi, 2019). Kriteria penilaian yang digunakan dalam uji reliabilitas sebagai berikut:

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60 maka kuesioner disebut reliabel atau terpercaya.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil daripada 0,60 maka kuesioner disebut reliabel atau tidak terpercaya.

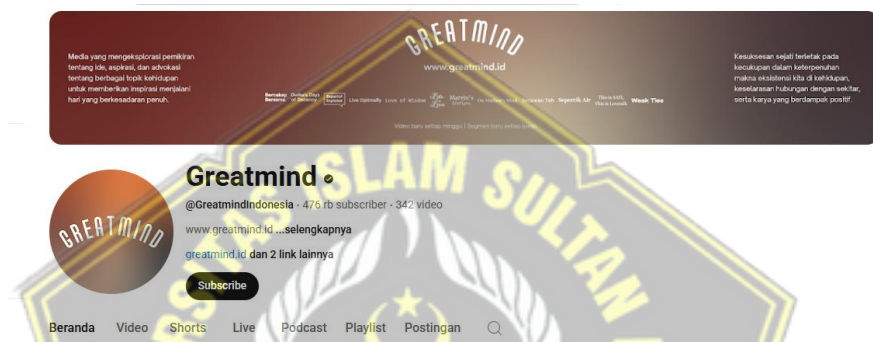


BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum YouTube Greatmind

2.1.1 Sejarah YouTube Greatmind



Gambar 2. 1 Youtube Greatmind

Sumber gambar: youtube diakses 20 Juni 2025

Greatmind resmi berdiri pada 25 Juni 2018 dan hingga kini telah berhasil meraih lebih dari 476 ribu pelanggan di youtube. Kanal ini berasal dari Indonesia dan hadir sebagai ruang digital yang berfokus pada refleksi, kesadaran diri (self-awareness), serta pengembangan batin di Tengah hiruk-pikuk kehidupan modern. Dengan pendekatan konten yang tenang namun sarat makna, Greatmind menghadirkan warna berbeda dari kanal youtube pada umumnya. Bukan mengejar sensai, melainkan menawarkan ketenangan, keheningan, serta nilai yang mendalam.

Sebagai media, Greatmind berusaha menggali pemikiran para influencer terkait ide, aspirasi, amupaun advokasi atas berbagai persoalan

kehidupan. Melalui platform ini, mereka menyampaikan pengalaman, keresahan, serta harapan yang dihadapi mampu membuka wawasan baru bagi audiensnya. Kehadiran Greatmind ditujukan untuk memberikan inspirasi agar orang dapat menjalani hidup dengan lebih penuh kesadaran (mindfulness). Prinsip yang dipegang adalah bahwa kekayaan sejati tidak hanya terletak pada pencapaian materi, melainkan juga pada rasa cukup, keselarasan dalam relasi sosial, serta kemampuan berkarya dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

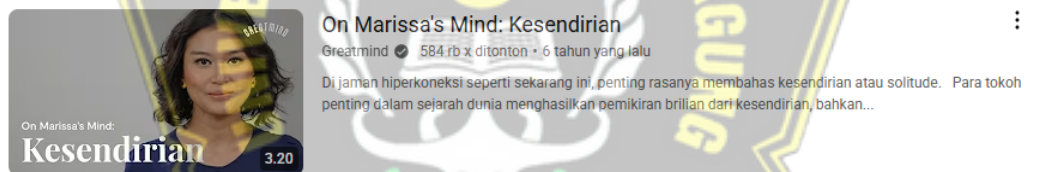
Ciri khas Greatmind terletak pada cara penyajian kontennya yang humanis, reflektif, dan sarat makna. Kanal ini mengutamakan kualitas isi yang mampu memberikan dampak positif, memperluas perspektif, serta mendukung audiens dalam menghadapi dinamika kehidupan sehari-hari. Konten Greatmind hadir dalam berbagai bentuk, seperti artikel, video, dan infografis yang juga tersedia di situs web resmi mereka. Seluruh konten diategorikan ke dalam tiga pilar utama:

1. Self: Berfokus pada pengembangan diri, kesadaran diri, dan kesejahteraan mental. Konten dalam pilar ini membantu audiens untuk lebih memahami diri mereka sendiri dan meningkatkan kualitas hidup mereka.
2. Circle: membahas hubungan sosial interaksi dengan lingkungan sekitar. Pilar ini mengeksplorasi bagaimana membangun hubungan yang sehat dan harmonis dengan orang lain.

3. Society: menyoroti isu-isu sosial, budaya, dan teknologi yang mempengaruhi masyarakat. Konten dalam pilar ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran sosial dan mendorong perubahan positif dalam masyarakat.

2.1.2 Konten Greatmind (Marissa Anita)

Greatmind mengangkat berbagai tema yang sangat relevan dengan kehidupan modern, terutama dalam konteks menghadapi tekanan sosial, teknologi, dan dinamika psikologis manusia. Salah satu tema utama yang sering diangkat adalah mengenai kesendirian dan bagaimana kesendirian bukanlah sesuatu yang harus ditakuti, melainkan bisa menjadi sumber kekuatan dan kreativitas.



Gambar 2. 2 Youtube Greatmind

Sumber: youtube diakses 20 Juni 2025

Dalam video berjudul *On Marissa' Mind: Kesendirian*, Greatmind membahas bagaimana kesendirian dapat menjadi momen refleksi yang mendalam, di mana seseorang lebih mengenal dirinya sendiri tanpa gangguan dari dunia luar. Kesendirian yang dipahami dengan benar justru dapat meningkatkan kualitas hidup dan membuka ruang bagi ide-ide baru yang brilian.



On Marissa's Mind: Mengenal Diri

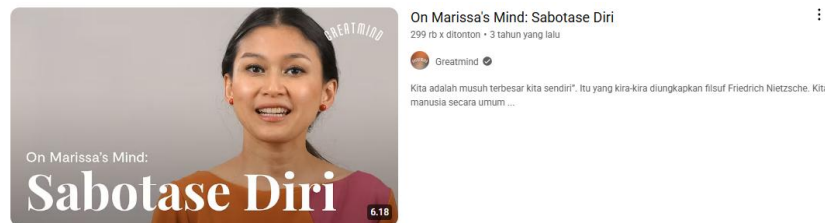
Greatmind 1 jt x ditonton • 4 tahun yang lalu

"Hidup yang tidak ditelaah tidak layak untuk dijalani". Socrates mungkin terdengar ekstrem, tapi ada benarnya. Diri baiknya juga ditelaah. Semakin memahami diri, semakin nyaman menjalani...

Gambar 2. 3 Youtube Greatmind

Sumber: youtube diakses pada 20 Juni 2025

Tema yang sangat penting dan mendapat perhatian khusus adalah proses mengenal diri sendiri, yang dibahas secara mendalam dalam video *On Marissa's Mind: Mengenal Diri*. Dalam video ini, Marissa Anita, seorang jurnalis dan aktris, mengajak penonton untuk memahami bahwa hidup yang tidak ditelaah tidak layak dijalani. Proses mengenal diri adalah perjalanan panjang yang menuntut keberanian untuk menatap dan menganalisis berbagai sisi diri, termasuk yang kurang menyenangkan. Dengan mengenal diri, seseorang menjadi lebih mampu mengelola emosi, menghadapi tekanan sosial, dan menjalani hidup dengan lebih nyaman dan bijak. Video ini menekankan pentingnya refleksi diri, meditasi, menulis jurnal, dan bahkan terapi psikologis sebagai cara-cara efektif untuk memahami akar emosi dan perilaku diri. Orang yang mengenal dirinya dengan baik cenderung lebih kuat secara mental, tidak mudah terombang-ambing oleh opini publik, dan mampu menjalani kehidupan yang lebih otentik dan bermakna.



Gambar 2. 4 Youtube Greatmind

Sumber: youtube diakses pada 20 Juni 2025

Selain itu kanal ini juga membahas fenomena sabotase diri, sebuah konsep yang mengacu pada bagaimana manusia sering kali menjadi penghalang terbesar bagi kesuksesan dan kebahagiaan mereka sendiri. Dalam video *On Marissa's Mind: Sabotase Diri*, Greatmind mengutip pemikiran filsuf Friedrich Nietzsche yang menyatakan bahwa manusia adalah musuh terbesarnya sendiri. Dengan mengangkat topik ini, Greatmind mengajak penonton untuk mengenali pola-pola perilaku dan pikiran negatif yang sering kali tidak disadari, sehingga mereka bisa belajar untuk mengatasi dan mengubahnya menjadi sesuatu yang positif. Tidak kalah menarik, Greatmind juga mengeksplorasi gaya hidup digital minimalism melalui figure Marissa Anita, yang dikenal sebagai seorang digital minimalist. Dalam era di mana teknologi dan media sosial sangat mendominasi kehidupan sehari-hari, Greatmind mengajarkan pentingnya menggunakan teknologi secara bijak dan selektif. Konsep digital minimalism yang dibahas di kanal ini tidak hanya sekadar mengurangi penggunaan gadget, tetapi juga memahami makna di balik setiap interaksi digital yang dilakukan. Dengan pendekatan semiotic, Greatmind mampu

menyampaikan pesan bahwa gaya hidup digital yang sehat adalah kunci untuk menjaga kesehatan mental dan fokus dalam menjalani kehidupan. Bagian ini kini lebih lengkap dengan penambahan tema “Mengenal Diri” yang sangat penting dalam rangka pengembangan diri menurut Greatmind.

Greatmind menggunakan pendekatan yang unik dan efektif dalam menyampaikan pesannya. Kanal ini menggabungkan narasi yang kuat dengan visual yang menarik dan interaktif, sehingga penonton tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga diajak untuk berpikir kritis dan reflektif. Pendekatan edukatif yang digunakan sangat menekankan pada pemahaman mendalam terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitar, serta bagaimana cara mengelola pikiran agar tetap positif dan produktif.

Salah satu keunggulan Greatmind adalah kemampuannya untuk menyampaikan pesan-pesan yang kompleks dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Hal ini membuat konten yang disajikan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa yang ingin memperbaiki kualitas hidup mereka. Melalui video-video inspiratif, Greatmind memberikan ruang bagi penonton untuk mengeksplorasi berbagai aspek psikologis dan filosofis yang sering kali terlupakan dalam kehidupan sehari-hari. Manfaat yang diperoleh penonton dari mengikuti kanal ini sangat beragam. Mereka tidak hanya mendapatkan wawasan baru tentang bagaimana cara berpikir yang sehat dan sederhana, tetapi juga belajar untuk mengaplikasikan pola pikir tersebut dalam menghadapi berbagai tantangan hidup. Dengan begitu, Greatmind berperan

sebagai media yang mampu meningkatkan kesadaran diri, mengurangi stress, dan membantu audiens menemukan keseimbangan antara kehidupan digital dan dunia nyata. Selain itu, Greatmind juga mendorong interaksi antara penonton dan narasumber melalui sesi tanya jawab dan diskusi yang interaktif. Hal ini menciptakan komunitas yang suportif dan saling mendukung dalam perjalanan pengembangan diri. Dengan demikian, kanal ini tidak hanya menjadi sumber inspirasi, tetapi juga tempat bertumbuhnya individu yang ingin menjadi versi terbaik dari dirinya sendiri.

2.1.3 Marissa Anita

Marissa Anita adalah seorang jurnalistik, aktris, penulis, dan pemikir reflektif asal Indonesia yang lahir pada 29 Maret 1983 di Surabaya. Marissa Anita menempuh Pendidikan sarjana di Universitas Atma Jaya Jakarta jurusan Pendidikan Bahasa Inggris, lalu melanjutkan studi magister di University of Sydney dalam bidang Media Practice, dan kembali menempuh S2 kedua di Loughborough University, Inggris, dalam bidang Digital Media and Society. Karier jurnalisnya dimulai sebagai reporter di Metro TV pada 2008, lalu menjadi anchor dan produser di NET TV hingga 2019. Selain itu, juga dikenal luas sebagai aktris film layar lebar seperti *Galih & Ratna*, *Impetigore*, dan *Alu & Ratu Queens*, yang mengantarkannya meraih Piala Citra.

Pada tahun 2019, Marissa Anita ikut mendirikan dan menjadi pemimpi redaksi Greatmind, sebuah platform digital yang mengangkat isu-isu kesadaran diri, kesehatan mental, dan gaya hidup mindful. Marissa menjadi wajah utama dari konten “*On Marissa’s Mind*”, sebuah seri video

dan podcast reflektif yang juga tersedia di kanal Youtube Greatmind. Melalui seri ini, Marissa membahas beragam topik penting seperti *digital minimalism*, *FOMO (fear of missing out)*, sabotase diri, perfeksionisme, kesendirian, hingga penerimaan diri. Setiap episodenya dikemas dalam durasi pendek yang padat makna, dan sering kali dilengkapi dengan versi tulisan di situs resmi Greatmind.

Konten-konten Marissa di Greatmind tidak hanya menyuguhkan renungan personal, tetapi juga mendorong audiens untuk lebih sadar terhadap pola pikir, emosi, dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Dalam membawakan materi, Marissa menggabungkan pendekatan filosofis, pengalaman pribadi, dan wawasan psikologis yang ringan namun mengena. Perannya di Greatmind menandai pergeseran karier dari sekadar pembawa berita menjadi penggerak dialog publik tentang kesehatan mental dan kehidupan yang lebih berarti.

BAB III

TEMUAN HASIL PENELITIAN

Dibab III (tiga), peneliti akan menjelaskan tentang data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa di kota Semarang yang telah bersedia menjadi responden penelitian. Data yang disajikan dalam bentuk tabel menggambarkan perbandingan persentase jawaban responden dari berbagai pilihan jawaban yang telah tersedia. Temuan yang diperoleh melalui kuesioner tersebut akan dibahas secara mendalam dengan menggunakan tabel grekuensi.

3.1 Karakteristik Responden

3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian dan pengolahan data, diketahui responden umumnya berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 62%. Hal ini dapat dilihat melalui data tabel berikut:

Gambar 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	38	38.0	38.0	38.0

Perempuan	62	62.0	62.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

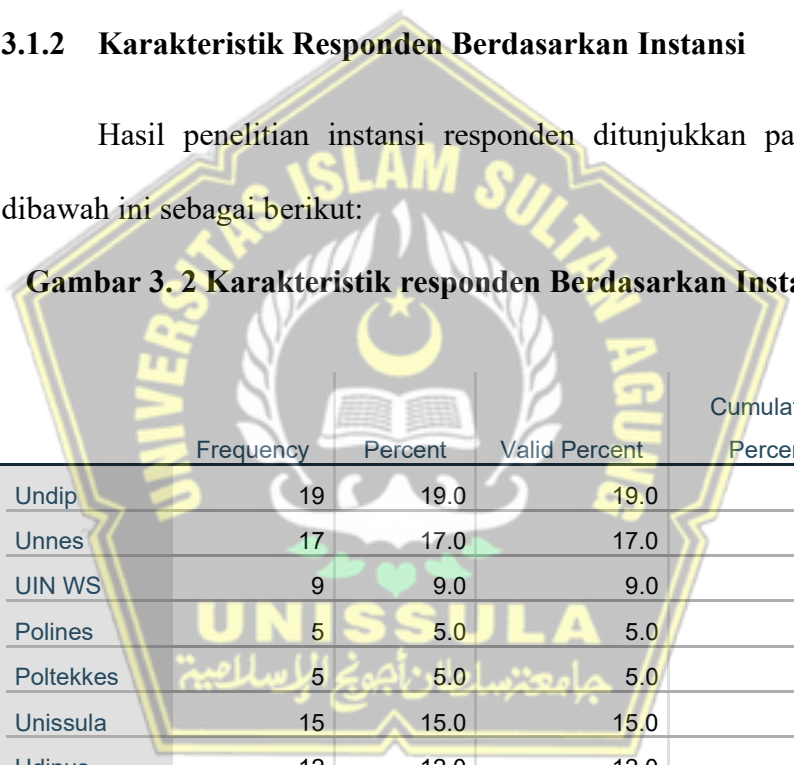
Sumber: Hasil Output SPSS 2025

Berdasarkan tabel 3.1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 62 responden atau 62% sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 38 responden atau 38%.

3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Instansi

Hasil penelitian instansi responden ditunjukkan pada tabel 3.2 dibawah ini sebagai berikut:

Gambar 3. 2 Karakteristik responden Berdasarkan Instansi



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Undip	19	19.0	19.0	19.0
	Unnes	17	17.0	17.0	36.0
	UIN WS	9	9.0	9.0	45.0
	Polines	5	5.0	5.0	50.0
	Poltekkes	5	5.0	5.0	55.0
	Unissula	15	15.0	15.0	70.0
	Udinus	12	12.0	12.0	82.0
	Unika	6	6.0	6.0	88.0
	USM	4	4.0	4.0	92.0
	Unimus	4	4.0	4.0	96.0
	UNWAHAS	2	2.0	2.0	98.0
	Upgris	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS 2025

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan instansi, didapatkan hasil tertinggi didominasi oleh Universitas

Diponegoro (UNDIP) dengan jumlah 19 responden atau 19%, dan hasil terendah dengan jumlah 2 responden atau 2% dihasilkan oleh Universitas Wahid Hasyim Semarang (UNWAHAS) dan Universitas PGRI Semarang (UPGRIS).

3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal atau Alamat

Berdasarkan hasil pengumpulan data, peneliti melakukan kasifikasi responden berdasarkan daerah asal atau alamat dengan hasil olah data sebagai berikut:

Gambar 3. 3 Karakteristik responden Bedasarkan daerah Asal atau Alamat

		Daerah Asal		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Kota Semarang	1	1.0	1.0	1.0
	Semarang	40	40.0	40.0	41.0
	Banyumanik, Semarang	2	2.0	2.0	43.0
	Tembalang, Semarang	1	1.0	1.0	44.0
	Gajahmungkur	2	2.0	2.0	46.0
	Gunungpati	1	1.0	1.0	47.0
	Ngaliyan	3	3.0	3.0	50.0
	Pedurungan	1	1.0	1.0	51.0
	Tugu	1	1.0	1.0	52.0
	Jakarta	7	7.0	7.0	59.0
	Jakarta Barat	1	1.0	1.0	60.0
	Bekasi	5	5.0	5.0	65.0
	Bogor	5	5.0	5.0	70.0
	Bandung	9	9.0	9.0	79.0
	Surabaya	4	4.0	4.0	83.0
	Jawa Tengah	5	5.0	5.0	88.0
	Yogyakarta	1	1.0	1.0	89.0

Kendal	1	1.0	1.0	90.0
Magelang	3	3.0	3.0	93.0
Batang	1	1.0	1.0	94.0
Kebumen	1	1.0	1.0	95.0
Cirebon	1	1.0	1.0	96.0
Karanganyar	1	1.0	1.0	97.0
Tegal	1	1.0	1.0	98.0
Purwokerto	1	1.0	1.0	99.0
Kecamatan Kutoarjo	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: hasil output SPSS 2025

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa karakteristik responden daerah asal atau alamat, didapatkan hasil tertinggi didominasi oleh Semarang dengan jumlah 40 responden atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah berdomisili Semarang.

3.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner, peneliti melakukan pengelompokan responden berdasarkan kelompok usia dengan rentang usia responden 18 tahun sampai 29 tahun keatas, hal ini dilakukan peneliti agar dapat memudahkan dalam melakukan pengelompokan usia dan pengolahan data, berikut data hasil pengolahan menggunakan SPSS untuk karakteristik responden berdasarkan usia, sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	18-21 tahun	63	63%
2.	22-25 tahun	37	37%

3.	26-29 tahun	0	0%
Total		100	100%

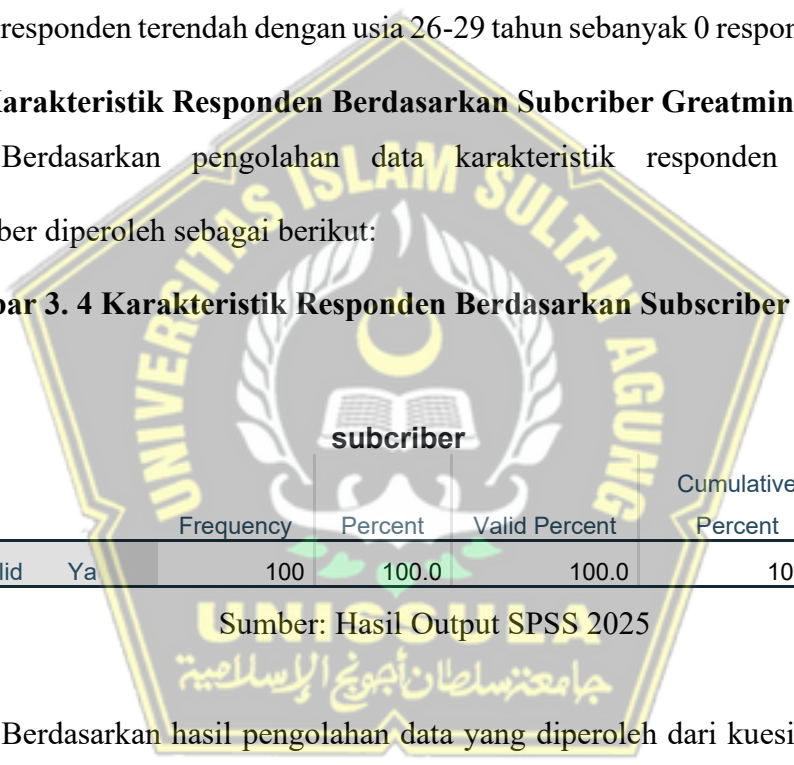
Sumber: hasil output SPSS 2025

Tabel 3.1 menunjukkan hasil presentase karakteristik responden berdasarkan interval umur diketahui bahwa presentase terbesar adalah responden yang berumur 18-21 tahun sebanyak 63 orang dengan presentase 63%. Sedangkan jumlah responden terendah dengan usia 26-29 tahun sebanyak 0 responden atau 0%.

3.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Greatmind

Berdasarkan pengolahan data karakteristik responden berdasarkan subscriber diperoleh sebagai berikut:

Gambar 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Greatmind



		subscriber			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: Hasil Output SPSS 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari kuesioner, seluruh responden penelitian ini diketahui berstatus sebagai subscriber Greatmind. Hal tersebut ditunjukkan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang atau sebesar 100% yang menyatakan bahwa mereka telah menjadi subscriber.

3.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang Yang Menonton On Marissa's Mind: Mengenal Diri

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, diketahui bahwa 100 responden atau 100% umumnya orang menonton dengan tabel dibawah ini:

Gambar 3. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang Yang Menonton

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: hasil output SPSS 2025

3.2 Konten Youtube On Marissa's Mind Mengenal Diri (X)

Dalam penelitian ini disajikan berdasarkan 12 pertanyaan yang berdasarkan 6 indikator yaitu kredibilitas, daya tarik, kekuasaan seorang komunikator, isi konten yang menarik, isi konten yang dapat dimengerti dan isi konten dapat diterima. Persepsi dari variabel konten youtube on marissa's mind mengenal diri dapat dilihat dari uraian jawaban responden yang akan disajikan dalam tabel-tabel berikut ini:

Tabel 3. 2 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Bahwa Marissa Sebagai Pembicara Memiliki Latar Belakang Yang Membuatnya Layak Dipercaya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase	Hasil Mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	0	0%	Setuju
2.	Tidak setuju	3	3%	
3.	Netral	10	10%	
4.	Setuju	57	57%	
5.	Sangat setuju	30	30%	
Total		100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 3.5 diperoleh hasil bahwa mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 57 responden atau sebesar 57%. Selanjutnya sebanyak 30 responden atau 30% menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 10 responden atau 10% yang memilih netral, sedangkan 3 responden atau 3% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai Marissa sebagai pembicara yang memiliki latar belakang yang layak dipercaya, dengan hasil mayoritas pada kategori setuju sebesar 57%. Temuan ini mengindikasikan adanya kepercayaan yang tinggi dari audiens terhadap kredibilitas dan latar belakang Marissa.

Tabel 3. 3 Persentase Responden Berdasarkan Informasi Yang Disampaikan Dalam Video Dapat Dipercaya Dan Tidak Menyesatkan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase	Hasil Mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	1	1%	
3.	Netral	22	22%	
4.	Setuju	50	50%	
5.	Sangat setuju	26	26%	
Total		100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan dalam video dapat dipercaya dan tidak menyesatkan, yaitu sebanyak 50 responden atau 50% dan 26 responden atau 26%

memilih sangat setuju. Sebanyak 22 responden atau 22% bersikap netral, sementara hanya 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau 1% memilih sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai informasi dalam video dapat dipercaya.

Tabel 3. 4 Persentase Responden Berdasarkan Tertarik menonton video karena gaya penyampaian marissa yang menarik

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase	Hasil Mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	0	0%	Setuju
2.	Tidak setuju	6	6%	
3.	Netral	20	20%	
4.	Setuju	40	40%	
5.	Sangat setuju	34	34%	
Total		100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat 0% (tidak ada responden) yang menyatakan sangat tidak setuju, dan hanya 6 responden atau 6% yang menyatakan tidak setuju. Selanjutnya, terdapat 20 responden atau 20% yang memilih ragu-ragu, artinya sebagian responden masih berada pada posisi netral terhadap pernyataan tersebut. Di sisi lain, jumlah responden yang memberikan jawaban positif lebih tinggi. Tercatat 40 responden atau 40% menyatakan setuju, serta 34 responden atau 34% menyatakan sangat setuju bahwa gaya penyampaian Marissa dalam video menarik sehingga membuat mereka tertarik untuk menonton.

Dengan demikian, total responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju mencapai 74%, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi positif.

Hasil ini memberikan makna bahwa gaya penyampaian Marissa dalam menyajikan konten video dianggap cukup baik dan mampu menarik perhatian audiens. Mayoritas responden merasakan adanya daya tarik tersendiri yang membuat mereka lebih tertarik untuk menonton, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor penyampaian yang menarik memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan minat penonton.

Tabel 3. 5 Persentase Responden Berdasarkan Penampilan Dan Cara Bicara Marissa Memberikan Kesan Positif

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase	Hasil Mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak setuju	3	3%	
3.	Netral	26	26%	
4.	Setuju	42	40%	
5.	Sangat setuju	25	25%	
Total		100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden, terdapat 4 orang (4%) yang menyatakan sangat tidak setuju dan 3 orang (3%) menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan bahwa penampilan dan cara bicara Marissa memberikan kesan positif. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sebagian

kecil responden yang memiliki penilaian negatif. Sebanyak 26 responden (26%) memilih netral, yang berarti mereka cenderung tidak memiliki pendapat yang kuat atau berada di posisi tengah. Sementara itu, mayoritas responden memberikan penilaian positif, yaitu 42 responden (42%) menyatakan setuju dan 25 responden (25%) menyatakan sangat setuju. Jika digabungkan, total responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju mencapai 67%, menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden menilai penampilan serta cara bicara Marissa memang memberikan kesan positif.

Tabel 3. 6 Persentase Responden Berdasarkan Saya Menganggap Marissa Memiliki Pengaruh Dalam Membentuk Cara Pandang Saya Terhadap Topik “Mengenal Diri”

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase	Hasil Mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak setuju	7	7%	
3.	Netral	18	18%	
4.	Setuju	45	45%	
5.	Sangat setuju	26	26%	
Total		100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan “Saya menganggap Marissa memiliki pengaruh dalam membentuk cara pandang saya terhadap topik Mengenal Diri”. Sebanyak 45 responden sebesar 45% menyatakan setuju dan 26 responden

sebesar 26% menyatakan sangat setuju, sehingga total responden yang memberikan penilaian positif mencapai 71%. Hanya sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju, yaitu 7 responden sebesar 7% dan 4 responden sebesar 4% sangat tidak setuju, sementara 18 responden sebesar 18% memilih netral. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai Marissa memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk cara pandang mereka mengenai topik Mengenal Diri.

Tabel 3. 7 Persentase Responden Berdasarkan Pendapat Yang Disampaikan Marissa Mampu Mempengaruhi Saya Untuk Mengevaluasi Diri Sendiri

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak setuju	8	8%	
3.	Netral	14	14%	
4.	Setuju	46	46%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
Total		100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan “Pendapat yang disampaikan Marissa mampu mempengaruhi saya untuk mengevaluasi diri sendiri”. Sebanyak 46 responden (46%) menyatakan setuju dan 28 responden (28%) sangat setuju, sehingga total responden yang menyatakan positif mencapai 74%. Sementara itu, hanya sebagian kecil yang menyatakan tidak setuju (12%) dan 14% bersikap netral.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapat Marissa dinilai berpengaruh dalam mendorong responden untuk melakukan evaluasi diri.

Tabel 3. 8 Persentase Responden Berdasarkan Topik Yang Dibahas Dalam Video Sangat Relevan Dengan Kehidupan Saya Sebagai Mahasiswa

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	7	7%	
3.	Netral	15	15%	
4.	Setuju	52	52%	
5.	Sangat setuju	25	25%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa mayoritas responden menilai topik yang dibahas dalam video sangat relevan dengan kehidupan mereka sebagai mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh 52 responden (52%) yang menyatakan setuju dan 25 responden (25%) yang menyatakan sangat setuju, sehingga total tanggapan positif mencapai 77%. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang menyatakan tidak setuju (8%) dan 15% bersikap netral. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa topik video dianggap sesuai dan berhubungan dengan pengalaman mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 3. 9 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Tertarik Untuk Menonton Episode Lainnya Setelah Melihat Video “Mengenal Diri”

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase	Hasil Mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak setuju	6	6%	
3.	Netral	20	20%	
4.	Setuju	49	49%	
5.	Sangat setuju	23	23%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merasa tertarik untuk menonton episode lainnya setelah melihat video “Mengenal Diri”. Hal ini ditunjukkan oleh 49 responden (49%) yang menyatakan setuju dan 23 responden (23%) sangat setuju, sehingga total tanggapan positif mencapai 72%. Sementara itu, terdapat 20 responden (20%) yang netral, serta hanya 2% sangat tidak setuju dan 6% tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki minat yang cukup tinggi untuk melanjutkan menonton episode berikutnya.

Tabel 3. 10 Presentase Responden Berdasarkan Saya Dapat Memahami Dengan Jelas Pesan Yang Disampaikan Dalam Video Tersebut

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak setuju	9	9%	
3.	Netral	15	15%	
4.	Setuju	44	44%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan diatas, mayoritas responden menyatakan dapat memahami dengan jelas pesan yang disampaikan dalam video. Hal ini ditunjukkan oleh 44 responden (44%) yang setuju dan 28 responden (28%) sangat setuju, sehingga total tanggapan positif mencapai 72%. Sementara itu, terdapat 15 responden (15%) yang netral, serta sebagian kecil menyatakan tidak setuju (9%) dan sangat tidak setuju (4%*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mampu menangkap pesan yang disampaikan melalui video dengan baik.

Tabel 3. 11 Persentase Responden Berdasarkan Penjelasan Yang Diberikan Dalam Video Membuat Saya Memahami Konsep Mengenal Diri Dengan Baik

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	4	4%	
3.	Netral	17	17%	
4.	Setuju	49	49%	
5.	Sangat setuju	29	29%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa sebagian besar responden merasa penjelasan dalam video membantu mereka memahami konsep mengenal diri dengan baik. Hal ini tercermin dari 40 responden (40%) yang menyatakan setuju dan 29 responden (29%) yang sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 69%. Sementara itu, terdapat 17 responden (17%) yang bersikap netral, serta hanya sedikit responden yang tidak setuju (4%) dan sangat tidak setuju (1%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mayoritas responden memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep mengenal diri melalui penjelasan yang disampaikan dalam video.

Tabel 3. 12 Persentase Responden Berdasarkan Saya Menerima Isi Pesan Dalam Video Sebagai Sesuatu Yang Penting Dan Bermanfaat

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak setuju	7	7%	
3.	Netral	17	17%	
4.	Setuju	46	46%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menilai isi pesan dalam video dianggap penting dan bermanfaat. Hal ini terlihat dari 46 responden (46%) yang memberikan jawaban setuju serta 28 responden (28%) yang menyatakan sangat setuju, sehingga total persentase tanggapan positif mencapai 74%. Adapun 17 responden (17%) bersikap netral, sedangkan yang menyatakan tidak setuju hanya 7% dan sangat tidak setuju sebesar 2%. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mampu menerima isi pesan dalam video sebagai sesuatu yang bernilai dan memberikan manfaat.

Tabel 3. 13 Persentase Responden Berdasarkan Nilai-Nilai Yang Disampaikan Dalam Video Sesuai Dengan Pandangan Atau Prinsip Saya

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak setuju	7	7%	
3.	Netral	15	15%	
4.	Setuju	46	46%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Pada Tabel diatas, tampak bahwa sebagian besar responden merasa nilai-nilai yang disampaikan dalam video sejalan dengan pandangan maupun prinsip pribadi mereka. Hal ini ditunjukkan oleh 46% responden yang menyatakan setuju dan 28% responden yang memilih sangat setuju, sehingga akumulasi tanggapan positif mencapai 74%. Sementara itu, sebanyak 15% responden berada pada posisi netral, dan hanya sebagian kecil yang memberikan jawaban tidak setuju (7%) maupun sangat tidak setuju (4%). Dengan demikian, data tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden menilai pesan dalam video sesuai dengan keyakinan serta prinsip yang mereka anut.

3.3 Minat Belajar Komunikasi Interpersonal (Y1)

Menurut Crow dan Crow (Djaali, 2014:121) mengatakan minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendukung seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Dalam penelitian ini terdapat delapan pertanyaan dari empat indikator yaitu ketertarikan, motivasi, pengetahuan, perhatian.

Tabel 3. 14 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Tertarik Untuk Mempelajari Lebih Dalam Komunikasi Interpersonal Setelah Menonton Konten “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri”

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	3	3%	
3.	Netral	16	16%	
4.	Setuju	52	52%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 4.9, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan ketertarikan untuk mempelajari lebih dalam komunikasi interpersonal setelah menonton konten “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri”. Hal ini tercermin dari 52% responden yang memilih setuju dan 28% responden yang menjawab

sangat setuju, sehingga total tanggapan positif mencapai 80%. Sementara itu, terdapat 16% responden yang memberikan jawaban netral, dan hanya sebagian kecil yang menyatakan tidak setuju (3%) serta sangat tidak setuju (1%). Hasil ini mengindikasikan bahwa secara umum responden menilai konten video tersebut mampu memotivasi serta menumbuhkan minat mereka untuk mendalami lebih jauh komunikasi interpersonal, sehingga peran media pembelajaran berupa video terbukti efektif dalam menarik perhatian dan memberikan dorongan belajar.

Tabel 3. 15 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Konten Tersebut Relevan Dengan Kehidupan Dan Interaksi Saya Sehari-Hari

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	12	12%	
3.	Netral	22	22%	
4.	Setuju	41	41%	
5.	Sangat setuju	24	24%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merasa konten yang disajikan relevan dengan kehidupan dan interaksi mereka sehari-hari. Hal ini terlihat dari 41% responden yang menyatakan setuju dan 24% responden yang sangat setuju, sehingga total tanggapan positif mencapai 65%. Sementara itu, terdapat 22% responden yang bersikap netral, yang menunjukkan bahwa mereka tidak secara langsung merasakan dampak maupun menolaknya.

Adapun responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 12%, dan hanya 1% yang menyatakan sangat tidak setuju. Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden menilai konten yang ditonton memiliki keterkaitan dengan kehidupan nyata, terutama dalam mendukung interaksi sosial sehari-hari, sehingga konten tersebut dapat dikatakan cukup efektif dan bermanfaat dalam memberikan pemahaman yang aplikatif bagi penontonnya.

Tabel 3. 16 Persentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Video Tersebut, Saya Merasa Termotivasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Saya

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	2	2%	
3.	Netral	23	23%	
4.	Setuju	47	47%	
5.	Sangat setuju	27	27%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden merasa termotivasi untuk meningkatkan kemampuan komunikasi setelah menonton video tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh 47% responden yang menyatakan setuju dan 27% responden yang sangat setuju, sehingga total tanggapan positif mencapai 74%. Sementara itu, 23% responden memberikan jawaban netral, yang berarti mereka belum sepenuhnya merasakan dampak langsung namun juga tidak menolak

adanya pengaruh dari konten tersebut. Adapun responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 2%, dan hanya 1% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, hasil ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan positif dalam menilai video tersebut sebagai sumber motivasi yang mendorong mereka untuk lebih mengembangkan keterampilan komunikasi.

Tabel 3. 17 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Lebih Bersemangat Untuk Mengikuti Perkuliahan Atau Kegiatan Yang Berhubungan Dengan Komunikasi Interpersonal

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	5	5%	Setuju
2.	Tidak setuju	8	8%	
3.	Netral	18	18%	
4.	Setuju	47	47%	
5.	Sangat setuju	22	22%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa sebagian besar responden merasa lebih bersemangat untuk mengikuti perkuliahan atau aktivitas yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal. Hal ini tercermin dari 47% responden yang memberikan jawaban setuju dan 22% yang menyatakan sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 69%. Sementara itu, 18% responden memilih netral, yang menunjukkan bahwa mereka belum sepenuhnya merasakan peningkatan

semangat namun juga tidak menolak adanya pengaruh. Adapun 8% responden menyatakan tidak setuju dan 5% sangat tidak setuju, meskipun jumlahnya relatif kecil. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap peran konten tersebut dalam menumbuhkan semangat mengikuti kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal.

Tabel 3. 18 Persentase Responden Berdasarkan Saya Mendapatkan Pengetahuan Baru Tentang Pentingnya Mengenal Diri Dalam Membangun Komunikasi Yang Baik

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak setuju	2	2%	
3.	Netral	20	20%	
4.	Setuju	44	44%	
5.	Sangat setuju	32	32%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka memperoleh pengetahuan baru mengenai pentingnya mengenal diri dalam membangun komunikasi yang baik. Hal ini terlihat dari 44% responden yang memilih setuju dan 32% lainnya menjawab sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 76%. Sebanyak 20% responden berada pada posisi netral, yang menandakan masih adanya keraguan atau sikap tengah terhadap manfaat yang diperoleh. Adapun jumlah responden yang menyatakan tidak setuju hanya 2% dan

sangat tidak setuju 2%, sehingga angkanya tergolong kecil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai konten tersebut memberikan kontribusi positif dalam memperluas pemahaman mengenai pentingnya mengenal diri untuk membangun komunikasi yang lebih baik.

Tabel 3. 19 Persentase Responden Berdasarkan Video Yang Saya Tonton Memberikan Wawasan Yang Mudah Dipahami Terkait Konsep Komunikasi Interpersonal

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak setuju	4	4%	
3.	Netral	18	18%	
4.	Setuju	49	49%	
5.	Sangat setuju	25	25%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, sebagian besar responden menilai bahwa video yang ditonton mampu memberikan wawasan yang mudah dipahami mengenai konsep komunikasi interpersonal. Hal ini terlihat dari 49% responden yang memilih setuju serta 25% responden yang menjawab sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 74%. Sementara itu, 18% responden bersikap netral, yang menunjukkan masih adanya kelompok yang belum sepenuhnya yakin. Adapun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing hanya 4%, sehingga jumlahnya relatif kecil. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa mayoritas responden merasa video tersebut efektif dalam membantu pemahaman terkait komunikasi interpersonal.

Tabel 3. 20 Persentase Responden Berdasarkan Saya Bisa Mengingat Sebagian Besar Poin Penting Dari Video “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” Mampu Menarik Perhatian Saya Dari Awal Hingga Akhir

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	6	6%	
3.	Netral	29	29%	
4.	Setuju	37	37%	
5.	Sangat setuju	27	27%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka dapat mengingat poin penting dari video “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” yang mampu menarik perhatian sejak awal hingga akhir. Hal ini ditunjukkan oleh 37% responden yang setuju dan 27% responden yang sangat setuju, sehingga total jawaban positif mencapai 64%. Sementara itu, 29% responden bersikap netral, menandakan sebagian masih ragu dalam menilai. Adapun respon negatif relatif kecil, yaitu 6% menyatakan tidak setuju dan hanya 1% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden menilai video tersebut cukup efektif dalam memberikan kesan dan poin penting yang mudah diingat.

Tabel 3. 21 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Video “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” Mampu Menarik Perhatian Saya Dari Awal Hingga Akhir

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	4	4%	
3.	Netral	17	17%	
4.	Setuju	50	50%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, mayoritas responden merasa bahwa video “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” mampu menarik perhatian dari awal hingga akhir. Hal ini terlihat dari 50% responden yang setuju dan 28% responden yang sangat setuju, sehingga total jawaban positif mencapai 78%. Sebanyak 17% responden bersikap netral, menandakan masih ada sebagian kecil yang ragu. Sementara itu, respon negatif relatif kecil, yaitu 4% tidak setuju dan hanya 1% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden merasakan daya tarik video tersebut cukup kuat sepanjang penayangan.

3.4 Kemampuan Komunikasi Interpersonal (Y2)

Kemampuan (*ability*) berarti kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan (Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge,

2013: 57). Hasil penelitian ini disajikan berdasarkan 10 pertanyaan yang berasal dari 5 indikator yakni *openness*, *empathy*, *supportiveness*, *positiveness*, dan *equality*.

Tabel 3. 22 Persentase Responden Berdasarkan Saya Merasa Nyaman Mengungkapkan Pikiran Dan Perasaan Kepada Orang Lain

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	9	9%	Setuju
2.	Tidak setuju	12	12%	
3.	Netral	19	19%	
4.	Setuju	32	32%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 5.7, sebagian besar responden merasa nyaman dalam mengungkapkan pikiran dan perasaan kepada orang lain. Hal ini terlihat dari 32% responden yang setuju dan 28% responden yang sangat setuju, sehingga total jawaban positif mencapai 60%. Sementara itu, 19% responden bersikap netral, menunjukkan adanya keraguan dalam hal kenyamanan berkomunikasi. Adapun respon negatif berjumlah 12% tidak setuju dan 9% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung merasa nyaman dalam menyampaikan pikiran maupun perasaan mereka.

Tabel 3. 23 Persentase Responden Berdasarkan Saya Terbuka Terhadap Pendapat Atau Sudut Pandang Yang Berbeda Dari Orang Lain

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	9	9%	Setuju
2.	Tidak setuju	12	12%	
3.	Netral	29	29%	
4.	Setuju	32	32%	
5.	Sangat setuju	28	28%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menunjukkan sikap terbuka terhadap pendapat maupun sudut pandang yang berbeda dari orang lain. Hal ini tercermin dari 32% responden yang menyatakan setuju dan 28% responden sangat setuju, sehingga total jawaban positif mencapai 60%. Sementara itu, 29% responden memilih netral, menandakan adanya sikap ragu-ragu atau tidak condong ke salah satu pilihan. Adapun responden yang memberikan tanggapan negatif terdiri dari 12% tidak setuju dan 9% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki keterbukaan dalam menerima pandangan yang berbeda.

Tabel 3. 24 Persentase Responden Berdasarkan Saya Dapat Memahami Apa Yang Dirasakan Orang Lain Dalam Situasi Tertentu

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	7	7%	Setuju dan sangat setuju
2.	Tidak setuju	11	11%	
3.	Netral	16	16%	
4.	Setuju	33	33%	
5.	Sangat setuju	33	33%	
	total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa sebagian besar responden menyatakan dapat memahami apa yang dirasakan orang lain dalam situasi tertentu. Hal ini dibuktikan dengan adanya 33% responden yang setuju dan 33% responden sangat setuju, sehingga total tanggapan positif mencapai 66%. Sementara itu, 16% responden bersikap netral, menunjukkan keragu-raguan dalam memberikan pendapat. Adapun respon negatif terdiri dari 11% tidak setuju dan 7% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kemampuan empati yang baik dalam memahami perasaan orang lain.

Tabel 3. 25 Persentase Responden Berdasarkan Saya Peduli Terhadap Perasaan Orang Lain Dalam Setiap Percakapan Yang Saya Lakukan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	10	10%	Setuju
2.	Tidak setuju	9	9%	
3.	Netral	17	17%	
4.	Setuju	38	38%	
5.	Sangat setuju	26	26%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menunjukkan kepedulian terhadap perasaan orang lain dalam setiap percakapan. Hal ini tercermin dari 38% responden menyatakan setuju dan 26% menyatakan sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 64%. Sementara itu, 17% responden berada pada posisi netral, dan sisanya memberikan respon negatif, yaitu 9% tidak setuju serta 10% sangat tidak setuju. Dengan demikian, sebagian besar responden dapat dikatakan memiliki kepedulian emosional yang cukup baik dalam interaksi mereka.

Tabel 3. 26 Persentase Responden Berdasarkan Saya Berusaha Menciptakan Suasana Komunikasi Yang Membuat Orang Lain Merasa Nyaman Dan Didukung

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	5	5%	
3.	Netral	22	22%	
4.	Setuju	40	40%	
5.	Sangat setuju	32	32%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa mayoritas responden berusaha menciptakan suasana komunikasi yang nyaman dan mendukung. Hal ini ditunjukkan oleh 40% responden yang menyatakan setuju dan 32% menyatakan sangat setuju, sehingga totalnya mencapai 72% respon positif. Sementara itu, 22% responden memilih netral, dan hanya sebagian kecil yang memberikan respon negatif, yakni 5% tidak setuju serta 1% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan positif dalam membangun komunikasi yang kondusif bagi orang lain.

Tabel 3. 27 Persentase Responden Berdasarkan Saya Memberikan Dukungan Atau Semangat Kepada Orang Lain Saat Mereka Mengalami Kesulitan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak setuju	2	2%	
3.	Netral	20	20%	
4.	Setuju	34	34%	
5.	Sangat setuju	43	43%	
		100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, mayoritas responden menunjukkan sikap positif dalam memberikan dukungan atau semangat kepada orang lain saat mengalami kesulitan. Hal ini terlihat dari 34% responden yang menyatakan setuju dan 43% sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 77%. Sementara itu, 20% responden memilih netral, dan hanya sedikit yang memberikan respon negatif, yakni 2% tidak setuju serta 1% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki kepedulian tinggi dalam memberikan dukungan kepada orang lain.

Tabel 3. 28 Persentase Responden Berdasarkan Saya Sering Menggunakan Bahasa Tubuh Atau Nada Bicara Yang Menyenangkan Dalam Interaksi Saya

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak setuju	11	11%	
3.	Netral	16	16%	
4.	Setuju	40	40%	
5.	Sangat setuju	31	31%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, sebagian besar responden menyatakan sikap positif terhadap penggunaan bahasa tubuh atau nada bicara yang menyenangkan dalam interaksi. Hal ini ditunjukkan oleh 40% responden yang setuju dan 31% yang sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 71%. Sebanyak 16% responden bersikap netral, sementara sisanya memberikan respon negatif, yaitu 11% tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusaha menggunakan bahasa tubuh atau nada bicara yang menyenangkan ketika berinteraksi.

Tabel 3. 29 Persentase Responden Berdasarkan Berusaha Untuk Bersikap Optimis Dan Positif Dalam Setiap Komunikasi

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	0	0%	Setuju
2.	Tidak setuju	5	5%	
3.	Netral	13	13%	
4.	Setuju	48	48%	
5.	Sangat setuju	34	34%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel diatas, mayoritas responden menunjukkan sikap optimis dan positif dalam setiap komunikasi. Hal ini terlihat dari 48% responden yang setuju dan 34% yang sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 82%. Sementara itu, 13% responden bersikap netral dan hanya 5% yang tidak setuju, serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusaha untuk bersikap optimis dan positif dalam komunikasi.

Tabel 3. 30 Persentase Responden Berdasarkan Saya Memandang Setiap Orang Memiliki Hak Yang Sama Untuk Berpendapat Dalam Komunikasi

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	0	0%	Setuju
2.	Tidak setuju	2	2%	
3.	Netral	17	17%	
4.	Setuju	47	47%	
5.	Sangat setuju	34	34%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, mayoritas responden menilai bahwa setiap orang memiliki hak yang sama untuk berpendapat dalam komunikasi. Hal ini ditunjukkan oleh 47% responden yang setuju dan 34% responden yang sangat setuju, sehingga total respon positif mencapai 81%. Sementara itu, 17% responden bersikap netral, dan hanya 2% yang tidak setuju, serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengakui kesetaraan hak dalam berpendapat saat berkomunikasi.

Tabel 3. 31 Persentase Responden Berdasarkan Saya Menghargai Pendapat Orang Lain Meskipun Berbeda Dengan Pendapat Saya

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase	Hasil mayoritas
1.	Sangat tidak setuju	0	0%	Setuju
2.	Tidak setuju	4	4%	
3.	Netral	10	10%	
4.	Setuju	48	48%	
5.	Sangat setuju	38	38%	
	Total	100	100%	

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel diatas, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka menghargai pendapat orang lain meskipun berbeda dengan pendapat pribadi. Hal ini terlihat dari 48% responden yang setuju dan 38% yang sangat setuju, sehingga totalnya mencapai 86% respon positif. Sementara itu, terdapat 10% responden yang bersikap netral, dan hanya 4% responden yang tidak setuju, serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki sikap menghargai perbedaan pendapat dalam komunikasi.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan membahas tentang pengaruh konsumsi konten youtube “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” di channel Greatmind terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa di kota Semarang, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data hasil yang didapatkan berupa numerik atau angka. Dalam proses pengolahan dan analisis data yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan software SPSS, data yang dikumpulkan berupa kuesioner dengan responden merupakan subscriber channel youtube Greatmind dan orang yang menonton konten on marissa’s mind: mengenal diri di channel greatmind, jumlah responden yang berhasil didapatkan sebanyak 100 responden. Penilaian responden menggunakan skala nilai likert 1 sampai dengan 5 dimana nilai skalanya sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

4.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang

digunakan (kuesioner). Pada uji validitas ini dilakukan pada 30 responden dengan menggunakan korelasi produk momen atau *bevarite pearson* yang mana hasil dari uji tersebut akan didapatkan hasil r hitung dan akan dibandingkan dengan r table.

Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ maka kuesioner akan dinyatakan valid, dan apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid (Ghazali, 2016).

Dalam penelitian ini jumlah sample (n) = 30 sehingga r table dari df (degree of freedom) = $n - 2 = 28$ dengan probabilitas atau tingkat kepercayaan 0,05 atau 5% Adalah 0.374. Uji validitas menggunakan teknik korelasi pearson product moment, dengan membandingkan nilai r hitung setiap item terhadap nilai r table sebesar 0,374.

Tabel 4. 1 Uji Validitas Konten Youtube On Marissa's Mind: Mengenal Diri

No	Pernyataan	N	r-table (5%)	r- hitung	Sig. (2- tailed)	Keterangan
1	X1.1	30	0,374	0,623	0,000	Valid
2	X1.2	30	0,374	0,765	0,000	Valid
3	X1.3	30	0,374	0,702	0,000	Valid
4	X1.4	30	0,374	0,754	0,000	Valid
5	X1.5	30	0,374	0,648	0,000	Valid
6	X1.6	30	0,374	0,753	0,000	Valid
7	X1.7	30	0,374	0,737	0,000	Valid
8	X1.8	30	0,374	0,730	0,000	Valid
9	X1.9	30	0,374	0,762	0,000	Valid
10	XI.10	30	0,374	0, 675	0,000	Valid

11	X1.11	30	0,374	0,734	0,000	Valid
12	X1.12	30	0,374	0,438	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS 2025

Dari table 4.1 Uji Validitas instrument penelitian pada variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri semua pernyataan diatas diperoleh 5% sebesar 0,374. Nilai tertinggi r hitung pada variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri (X) ada pada pernyataan ke-2 dengan nilai r hitung sebesar 0,765 dengan hasil dari r hitung lebih besar dari r table maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada table 4.1 dinyatakan valid 100%.

Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Minat Belajar Komunikasi Interpersonal

No	Pernyataan	N	r- table (5%)	r- hitung	Sig. (2- tailed)	Keterangan
1	Y1.1	30	0,374	0,730	0,000	Valid
2	Y1.2	30	0,374	0,797	0,000	Valid
3	Y1.3	30	0,374	0,795	0,000	Valid
4	Y1.4	30	0,374	0,772	0,000	Valid
5	Y1.5	30	0,374	0,805	0,000	Valid
6	Y1.6	30	0,374	0,795	0,000	Valid
7	Y1.7	30	0,374	0,821	0,000	Valid
8	Y1.8	30	0,374	0,742	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS 2025

Berdasarkan tabel 4.2 Hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel minat belajar komunikasi interpersonal (Y1) dilakukan dengan membandingkan

nilai r hitung pada setiap item pernyataan dengan nilai r tabel sebesar 0,374. Berdasarkan hasil analisis item pernyataan yang diuji, pada pernyataan ke-7 mempunyai nilai r hitung tertinggi sebesar 0,821 dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada tabel 4.2 dinyatakan valid 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa item instrument pada variabel Y1 memenuhi syarat validitas dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Kemampuan Komunikasi Interpersonal

No	Pernyataan	N	r-tabel (5%)	r-hitung	Sig. (2- tailed)	Keterangan
1	Y2.1	30	0,374	0,596	0,000	Vallid
2	Y2.2	30	0,374	0,788	0,000	Valid
3	Y2.3	30	0,374	0,885	0,000	Valid
4	Y2.4	30	0,374	0,853	0,000	Valid
5	Y2.5	30	0,374	0,825	0,000	Valid
6	Y2.6	30	0,374	0,891	0,000	Valid
7	Y2.7	30	0,374	0,883	0,000	Valid
8	Y2.8	30	0,374	0,804	0,000	Valid
9	Y2.9	30	0,374	0,787	0,000	Valid
10	Y2.10	30	0,374	0,783	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS 2025

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel kemampuan komunikasi interpersonal (Y2) dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung pada setiap item pernyataan dengan nilai r tabel sebesar 0,374.

Berdasarkan hasil analisis item pernyataan yang diuji, pada pernyataan ke-6 mempunyai nilai r hitung tertinggi sebesar 0,891 dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada tabel 4.3 dinyatakan valid 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa item instrument pada variabel Y2 memnuhi syarat validitas dan layak digunakan dalam penelitian.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas kuesioner dilakukan untuk mengukur konsistensi dari suatu pernyataan untuk mengetahui derajat stabilitas alat ukur. Pengujian reliabilitas ini menggunakan rumus *alpha cronbach*. Uji reliabilitas alpha cronbach bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran terhadap kuesioner tersebut dilakukan secara berulang-ulang.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menurut (Sujarweni, 2014) kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.60, sehingga dalam pengujian dengan 30 responden didapatkan bahwa:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten Youtube On Marissa's Mind Mengenal Diri

Cronbach's Alpha	N of Items
0,898	12

Sumber: Output Hasil SPSS 2025

Berdasarkan tabel 4.4 nilai cronbach alpha variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri Adalah 0,898, menurut (Sujarweni, 2014) kuesioner dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih dari 0,60 maka dapat ditarik

kesimpulan bahwa kuesioner tersebut reliabel dengan jumlah (N of Items) sebesar 12 item/indikator.

Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Variabel Minat Belajar Komunikasi Interpersonal

Cronbach's Alpha	N of Items
0,909	8

Sumber: Hasil Output Uji Reliabilitas 2025

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel minat belajar komunikasi interpersonal diatas dapat kita lihat bahwa nilai uji reliabelitas cronbach alpha adalah 0,909, lebih besar dari standar reliabelitas 0,60 sehingga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel dengan jumlah (N of Items) sebanyak 8 item/indikator.

Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Variabel Kemampuan Komunikasi Interpersonal

Cronbach's Alpha	N of Items
0,937	10

Sumber: Hasil Output Uji Reliabilitas 2025

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel kemampuan komunikasi interpersonal diatas dapat kita lihat bahwa nilai uji reliabelitas cronbach alpha adalah 0,937, lebih besar dari standar reliabelitas 0,60 sehingga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel dengan jumlah (N of Items) sebanyak 10 item/indikator.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.1.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji suatu model regresi, apakah variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Gambar 4. 1 Uji Normalitas Variabel X dan Y1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.50921345
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.074
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: diolah berdasarkan data hasil kuesioner Agustus 2025

Uji normalitas pada penelitian ini, menggunakan metode Kolmogorov Smirnov dimana data dinyatakan normal jika nilai residual $>0,05$. Dasar pada pengambilan keputusan pengambilan sebagai berikut :

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika sinifikasi $< 0,05$ maka nilai residual berdistribusi tidak normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas dapat di ketahui bahwa uji normalitas persamaan 1 memiliki nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar $0,002 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Gambar 4. 2 Uji Normalitas Variabel X dan Y2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.97548372
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.073
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.183 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: diolah berdasarkan data hasil kuesioner Agustus 2025

Pada gambar diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar $0,183 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

4.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi. Data akan dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai p-value F hitung $> 0,05$ maka data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

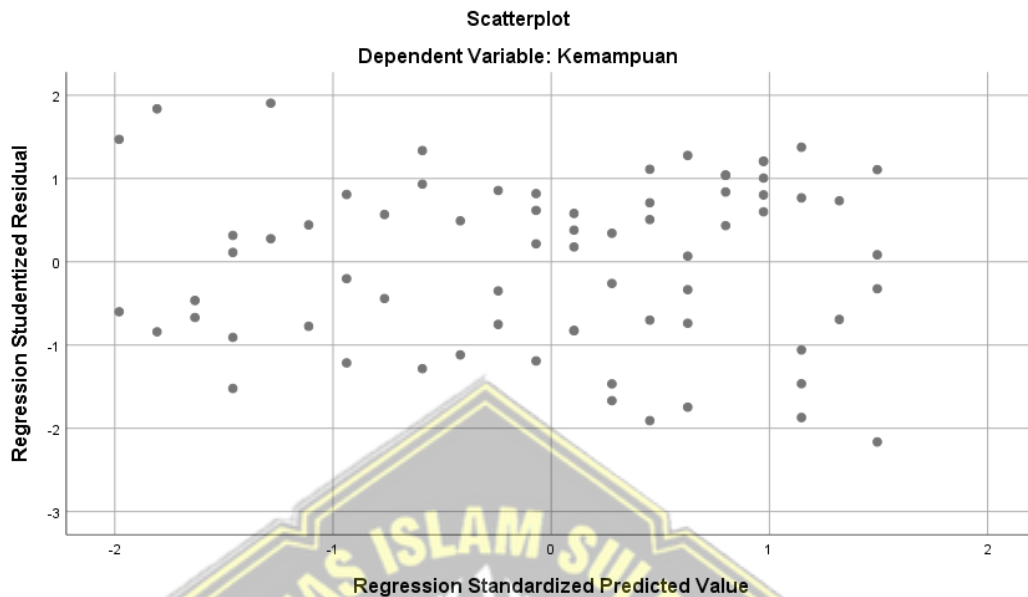
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas X dan Y1



Sumber: diolah berdasarkan data hasil kuesioner 2025

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa titik-titik pada *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu, serta menyebar diatas dan di bawah angka nol sumbu Y, sehingga disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi.

Gambar 4. 4 Uji Heterokedasitas X dan Y2



Sumber: diolah berdasarkan data hasil kuesioner Agustus 2025

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa titik-titik pada *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu, serta menyebar diatas dan di bawah angka nol sumbu Y, sehingga disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Analisis regresi Linier Sederhana

Penelitian ini terdiri dari variabel X, Y1, dan Y2. Sehingga analisis yang digunakan adalah 2 kali uji regresi linier sederhana dengan pengujian pertama pada variabel X terhadap Y1 dan pengujian kedua yaitu variabel X terhadap Y2.

Gambar 4. 5 Uji Regresi Linier Sederhana Konten Youtube On Marissa's Mind: Mengenal Diri Terhadap Minat Belajar Komunikasi Interpersonal

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.234	3.137		4.218	.000
	Konten Youtube	.392	.065	.588	5.995	.000

a. Dependent Variable: Minat Belajar

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Agustus 2025

Menurut gambar diatas disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y1 = a + bX$$

$$Y = 13,234 + 0,392 (X)$$

Konstan sebesar 13,234 berarti bahwa nilai konsisten variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri yaitu sebesar 13,234 satuan. Koefisien regresi X yaitu 0,392 menunjukkan apabila setiap penambahan 1% nilai minat belajar komunikasi interpersonal. Maka nilai pemulihan konten youtube on marissa's mind: mengenal diri bertambah 0,392 dikarenakan koefisien regresi tersebut memiliki nilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri (X) terhadap variabel minat belajar komunikasi interpersonal (Y1) adalah positif.

Gambar 4. 6 Uji Regresi Linier Sederhana Konten Youtube On Marissa's Mind: Mengenal Diri Terhadap Kemampuan komunikasi Interpersonal

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.312	4.339		3.760	.000
	Konten Youtube	.484	.090	.544	5.347	.000

a. Dependent Variable: Kemampuan Komunikasi Interpersonal

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Agustus 2025

Menurut tabel diatas disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 16,312 + 0,484 (X)$$

Konstan sebesar 16,312 berarti bahwa nilai konsisten variabel youtube on marissa's mind: mengenal diri yaitu sebesar 16,312 satuan. Koefisien regresi X yaitu 0,484 menunjukkan apabila setiap penambahan 1% nilai kemampuan komunikasi interpersonal. Maka nilai pemulihan konten youtube on marissa's mind: mengenal diri bertambah 0,484 dikarenakan koefisien regresi tersebut memiliki nilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel konten youtube on marissa's mind (X) terhadap variabel kemampuan komunikasi interpersonal (Y2) adalah positif.

4.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Gambar 4. 7 Uji Koefisien Determinasi X terhadap Y1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.336	2.857

a. Predictors: (Constant), Konten Youtube

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Agustus 2025

Berdasarkan diatas tersebut, diketahui nilai determinasi (R-Square) yaitu 0,346.

Pada nilai tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri dan minat belajar komunikasi interpersonal sebesar 34,6% sedangkan sisanya 65,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dan diteliti oleh peneliti.

Gambar 4. 8 Uji Koefisien Determinan X terhadap Y2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 ^a	.296	.286	3.952

a. Predictors: (Constant), Konten Youtube

Sumber: Diolah berdasarkan data hasil kuesioner Agustus 2025

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai determinasi (R-Square) yaitu 0,296.

Pada nilai tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri dan kemampuan komunikasi interpersonal sebesar 29,6% sedangkan sisanya 70,4% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak dimasukkan dan diteliti oleh peneliti.

4.4.3 Uji T

Gambar 4. 9 Uji Parsial X terhadap Y1

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	13.234	3.137		.000
	Konten Youtube	.392	.065	.588	.000

a. Dependent Variable: Minat Belajar

Sumber: Diolah berdasarkan data kuesioner Agustus 2025

Berdasarkan gambar diatas, terdapat nilai sig. yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $(5,995) > t$ tabel $(1,995)$. Maka kesimpulannya yaitu H1 yang berarti ada pengaruh antara konten youtube on marissa's mind: mengenal diri terhadap minat belajar komunikasi interpersonal (Y1).

Gambar 4. 10 Uji Parsial X terhadap Y2

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	16.312	4.339		.000
	Konten Youtube	.484	.090	.544	.000

a. Dependent Variable: Kemampuan Komunikasi Interpersonal

Sumber: Diolah berdasarkan data kuesioner Agustus 2025

Berdasarkan gambar 4.12, terlihat nilai sig. yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung yaitu $(5,347) > t$ tabel $(1,995)$. Maka dapat disimpulkan yaitu H2 yang berarti

ada pengaruh antara variabel konten youtube on marissa's mind: mengenal diri (X) terhadap kemampuan komunikasi interpersonal (Y2).

4.5 Pembahasan

Pada bab ini peneliti akan menggabungkan hasil penelitian dengan teori yang digunakan untuk menganalisis dan mengkaji untuk menjawab tujuan dari penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konsumsi konten YouTube *On Marissa's Mind: Mengenal Diri* di channel Greatmind berpengaruh terhadap minat belajar dan kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa di Kota Semarang. Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif, ditemukan bahwa konten tersebut berpengaruh signifikan terhadap kedua variabel dependen dengan besaran pengaruh yang berbeda. Untuk menafsirkan hasil tersebut, peneliti menggunakan landasan teori *Uses and Gratification* yang memandang audiens sebagai pihak aktif dalam memilih, menggunakan, serta menilai media sesuai dengan kebutuhan mereka.

Teori ini menjelaskan bahwa mahasiswa tidak sekadar menjadi objek pasif dalam mengonsumsi konten, melainkan memiliki motivasi yang jelas dalam mencari informasi, hiburan, maupun sarana interaksi sosial. Dengan demikian, mahasiswa yang memilih menonton konten *On Marissa's Mind* melakukannya untuk memenuhi kebutuhan tertentu yang kemudian berdampak pada peningkatan minat belajar dan keterampilan komunikasi interpersonal.

Dalam memenuhi kebutuhan akan kepuasan dari khalayak Katz, Gurevitch, dan Haas mengidentifikasi lima kebutuhan tersebut berdasarkan kelompoknya:

1. Kebutuhan Kognitif (Cognitive Needs)

Kognitif berkaitan dengan dorongan memperoleh pengetahuan, pemahaman, dan wawasan baru. Konten *On Marissa's Mind: Mengenal Diri* menghadirkan pembahasan reflektif yang relevan dengan pengalaman mahasiswa, seperti pengelolaan emosi, kesadaran diri, dan cara menghadapi tantangan hidup. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 34,6% variasi dalam minat belajar mahasiswa dipengaruhi oleh konsumsi konten ini. Artinya, mahasiswa menonton karena mereka merasa memperoleh informasi yang bermanfaat untuk menambah wawasan, bukan sekadar hiburan semata. Dalam perspektif *Uses and Gratification*, pemenuhan kebutuhan kognitif ini sejalan dengan indikator pengetahuan dan perhatian dalam variabel minat belajar. Mahasiswa yang mendapatkan pengetahuan baru dari konten YouTube lebih tertarik untuk menggali topik-topik serupa, serta terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi kelas maupun kegiatan akademik lainnya.

2. Kebutuhan Afektif (Cognitive Needs)

Selain pengetahuan, mahasiswa juga mencari pengalaman emosional yang menyenangkan dan menenangkan. Gaya penyampaian Marissa Anita yang sederhana namun reflektif memberikan kepuasan emosional bagi audiens. Hasil penelitian memperlihatkan adanya peningkatan motivasi belajar yang dipicu oleh kepuasan afektif setelah menonton konten tersebut.

Dari sisi teori, hal ini berkaitan dengan indikator motivasi dan ketertarikan dalam minat belajar. Mahasiswa merasa termotivasi untuk belajar lebih baik ketika konten yang mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan emosional mereka. Pemenuhan kebutuhan afektif ini juga memperkuat keterlibatan

mahasiswa dalam interaksi sosial, karena mereka lebih percaya diri dan positif dalam menyampaikan ide.

3. Kebutuhan Integrasi Personal (Personal Integrative Needs)

Kebutuhan ini mencakup penguatan identitas diri, peningkatan kepercayaan diri, serta pencarian status sosial. Melalui konten *Mengenal Diri*, mahasiswa diajak melakukan refleksi terhadap kelebihan dan kelemahan diri, sehingga muncul dorongan untuk memperbaiki cara berpikir dan bersikap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 29,6% variasi dalam kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa dipengaruhi oleh konsumsi konten tersebut.

Keterkaitan dengan teori U&G tampak pada indikator komunikasi interpersonal seperti openness (keterbukaan) dan positiveness (sikap positif). Mahasiswa yang memiliki kesadaran diri lebih tinggi cenderung terbuka dalam berkomunikasi, mau mendengarkan pendapat orang lain, dan mengekspresikan diri secara lebih jelas. Hal ini menunjukkan bahwa konten YouTube dapat menjadi sarana penguatan integrasi personal yang berpengaruh pada kualitas komunikasi mahasiswa.

4. Kebutuhan Integrasi Sosial (Social Integrative Needs)

Mahasiswa juga menggunakan media untuk menjalin hubungan sosial, baik dengan teman, dosen, maupun komunitas. Setelah menonton konten *On Marissa's Mind*, mahasiswa terdorong untuk berdiskusi, berbagi pengalaman, dan bertukar pandangan dengan orang lain. Aktivitas ini memperkuat keterampilan komunikasi interpersonal, terutama dalam aspek supportiveness (dukungan) dan equality (kesetaraan).

Hasil penelitian mendukung hal ini, di mana mahasiswa yang aktif menonton konten tersebut cenderung lebih percaya diri ketika berdiskusi di kelas, lebih mampu memberi tanggapan yang konstruktif, serta menghargai pandangan orang lain. Dengan demikian, media tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial yang mendukung perkembangan keterampilan komunikasi.

5. Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (Tension Release Needs)

Konten YouTube juga dipilih mahasiswa untuk melepas penat dari rutinitas perkuliahan. Menonton konten yang inspiratif dan menenangkan membantu mereka mengurangi stres serta memperbaiki kondisi psikologis. Dalam keadaan yang lebih rileks, mahasiswa lebih mudah menyerap materi pembelajaran dan berinteraksi secara positif dengan orang lain.

Hasil ini konsisten dengan asumsi teori U&G bahwa audiens tidak hanya mencari informasi, tetapi juga menggunakan media sebagai sarana hiburan dan relaksasi. Ketika kebutuhan pelepasan ketegangan terpenuhi, mahasiswa dapat kembali fokus pada kegiatan belajar serta membangun komunikasi interpersonal yang lebih sehat.

4.5.1 Pengaruh Konsumsi Konten Youtube “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” terhadap Minat Belajar Komunikasi Interpersonal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi konten YouTube “*On Marissa’s Mind: Mengenal Diri*” memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat belajar komunikasi interpersonal mahasiswa di Kota Semarang. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi sederhana yang memperoleh nilai $R = 0,588$

dengan $R^2 = 0,346$. Artinya, sebesar 34,6% variasi minat belajar komunikasi interpersonal mahasiswa dapat dijelaskan oleh konsumsi konten YouTube tersebut, sedangkan sisanya 65,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Selain itu, nilai $t_{hitung} = 5,995 > t_{tabel} = 1,995$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menegaskan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y1 bersifat signifikan.

Hasil ini dapat dijelaskan menggunakan *Uses and Gratifications Theory* yang menempatkan audiens sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media berdasarkan motif tertentu (Kriyantono:208). Mahasiswa yang menonton konten “*On Marissa’s Mind: Mengal Diri*” melakukannya bukan secara pasif, melainkan karena adanya kebutuhan kognitif untuk memperoleh pengetahuan baru mengenai pengenalan diri dan strategi komunikasi interpersonal. Selain itu, kebutuhan afektif juga terpenuhi, yaitu timbulnya rasa semangat, motivasi, serta dorongan untuk meningkatkan minat belajar setelah menonton konten yang dikemas secara inspiratif dan relevan dengan kehidupan mahasiswa.

Dalam konteks ini, asumsi *uses and gratifications* mengenai inisiatif audiens dalam memilih media terbukti, karena mahasiswa secara sadar menjadikan konten YouTube sebagai alternatif sumber belajar di luar kelas. Media YouTube bersaing dengan sumber kepuasan lain, seperti buku, diskusi, atau pembelajaran formal, namun tetap dipilih mahasiswa karena dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan asumsi *uses and gratifications* bahwa penilaian isi media ditentukan oleh audiens itu sendiri, di mana mahasiswa menilai konten tersebut bermanfaat sehingga meningkatkan minat belajar komunikasi interpersonal mereka.

4.5.2 Pengaruh Konsumsi Konten Youtube “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” terhadap Kemampuan Komunikasi Interpersonal

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konsumsi konten YouTube “*On Marissa’s Mind: Mengenal Diri*” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa. Hasil uji regresi sederhana memperoleh nilai $R = 0,544$ dengan $R\text{ Square} = 0,296$, yang berarti 29,6% variasi kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa dapat dijelaskan oleh konsumsi konten YouTube, sedangkan sisanya 70,4% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Uji t juga memperkuat hasil tersebut dengan nilai $t\text{ hitung} = 5,347 > t\text{ tabel} = 1,995$ serta signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y2 bersifat signifikan.

Konten yang disajikan dalam “*On Marissa’s Mind: Mengenal Diri*” memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga audiens mampu mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal secara nyata. Hal ini sesuai dengan asumsi *Uses and Gratification* bahwa khalayak aktif menentukan media sesuai motif personal mereka, yakni dalam hal ini motif untuk mengembangkan keterampilan sosial. temuan ini juga mencerminkan fungsi media dalam memenuhi kebutuhan personal identity (McQuail, 2011). karena mahasiswa menggunakan konten untuk memperkuat pemahaman diri dan meningkatkan rasa percaya diri dalam berkomunikasi. Dengan demikian, konsumsi konten youtube terbukti tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pengembangan kemampuan interpersonal yang dibutuhkan mahasiswa dalam interaksi akademik maupun sosial.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang sudah didapat mengenai “Pengaruh Konsumsi Konten Youtube “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” di Channel Greatmind Terhadap Minat Belajar dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa di Kota Semarang”.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian “Pengaruh Konsumsi Konten Youtube “On Marissa’s Mind: Mengenal Diri” di Channel Greatmind Terhadap Minat Belajar dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa di Kota Semarang” sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh konten youtube on marissa’s mind: mengenal diri terhadap minat belajar komunikasi interpersonal. Hal ini menunjukkan bahwa variabel konten youtube on marissa’s mind: mengenal diri (X) berpengaruh terhadap minat belajar komunikasi interpersonal (Y1). Berdasarkan uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t hitung sebesar 5,995 lebih besar dari t tabel 1,995. Dengan demikian dapat disimpulkan H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan pada variabel konten youtube on marissa’s mind: mengenal diri (X) terhadap minat belajar komunikasi interpersonal (Y1).
2. Terdapat pengaruh konten youtube on marissa’s mind: mengenal diri terhadap kemampuan komunikasi interpersonal. Hal ini menunjukkan pengaruh yang signifikan pada variabel konten youtube on marissa’s mind:

mengenal diri (X) terhadap kemampuan komunikasi interpersonal (Y2). Hasil nilai t hitung pada pengaruh konten youtube on marissa's mind: mengenal diri (X) terhadap kemampuan komunikasi interpersonal (Y2) yakni sebesar 5,347. Hasil t hitung lebih besar dari 1,995. Sehingga H2 diterima yang artinya terdapat pengaruh konten youtube on marissa's mind: mengenal diri terhadap komunikasi interpersonal.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat sejumlah keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil dan interpretasi penelitian. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada satu jenis konten youtube, yaitu on marissa's mind: mengenal diri. Walaupun konten tersebut dipilih karena relevan dengan topik penelitian, tetap hasilnya belum tentu berlaku untuk konten edukatif lainnya di youtube yang memiliki gaya penyajian, topik, maupun segmentasi audiens yang berbeda. Dengan kata lain, pengaruh positif yang ditemukan dalam penelitian ini bisa jadi berbeda apabila audiens mengonsumsi konten dari kanal youtube lain yang bersifat lebih populer atau menghibur dibanding edukatif.
2. Penelitian ini hanya melibatkan 100 responden mahasiswa di kota Semarang. Jumlah tersebut memang sudah memenuhi syarat minimal analisis statistik, namun masih tergolong kecil jika dibandingkan dengan jumlah populasi mahasiswa yang jauh lebih besar. Dengan keterbatasan

jumlah sampel, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas untuk seluruh mahasiswa di kota Semarang.

3. Nilai koefisien determinasi yang terbatas, hasil uji menunjukkan bahwa konten YouTube *“On Marissa’s Mind: Mengenal Diri”* hanya memberikan pengaruh sebesar 34,6% terhadap minat belajar dan 29,6% terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa. Hal ini berarti masih terdapat 65,4% dan 70,4% variasi perubahan yang dipengaruhi oleh faktor variabel lain penelitian. Dari faktor variabel lain ini dapat diteliti oleh peneliti lain.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat lebih memanfaatkan konten edukatif di YouTube, khususnya konten *“On Marissa’s Mind: Mengenal Diri”*, tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga sebagai sumber belajar alternatif. Dengan demikian, mahasiswa dapat meningkatkan minat belajar sekaligus keterampilan komunikasi interpersonal yang bermanfaat dalam kehidupan akademik maupun sosial.

2. Bagi Pihak Pengelola Channel Greatmind

Disarankan untuk terus mengembangkan konten yang relevan dengan kebutuhan audiens, khususnya mahasiswa, dengan memperkaya tema yang berhubungan dengan pengembangan diri, keterampilan komunikasi, serta

motivasi belajar. Hal ini dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik konten serta memperluas dampak positif bagi khalayak.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya menyoroti satu konten youtube on marissa's mind: mengenal diri dengan jumlah responden terbatas. Untuk meningkatkan representativitas, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah responden yang lebih besar. Peneliti selanjutnya juga dapat menambah variabel independent lain di luar konsumsi konten youtube, misalnya frekuensi penggunaan media sosial lain Instagram atau tiktok, tingkat literasi digital, atau dukungan lingkungan belajar.



DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Alawi, M., & Anggraini, R. (2024). Pengaruh Konten Youtube “Bang Tutorial” Terhadap Minat Belajar Mengedit Video Pada Mahasiswa Broadcast. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(1), 256-272.
- Aryani, E. D., & Hadiani, D. (2020). Hubungan Pola Keterampilan Komunikasi Interpersonal dan Prestasi Akademik Mahasiswa. *JSHP (Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan)*, 4(2).
- Balqis, Q., Suryati, S., & Manalullaili, M. (2024). Peran Media Sosial Melalui Aplikasi Youtube Dalam Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Siswa Smp Sriwijaya Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2), 10-10.
- Badawi, M. A., & Rahadi, D. R. (2021). Analisis Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa President University. *Jurnal Communicology*, 9(1), 123-137.
- Fazilla, S., & Sari, D. D. (2022). Pengaruh Media Youtube Terhadap Komunikasi Interpersonal Siswa Sekolah Dasar It Bunayya Kota Lhokseumawe. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 15(1), 18-24.
- Firdaus, A. S. N. P. (2022). Pengaruh Youtube “Johnnys’ Jr. Channel” Terhadap Minat Belajar Bahasa Jepang Pada Komunitas “Junior-Tan” Di Indonesia (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

- Juitania, J., & Indrawan, I. G. A. (2020). Dampak Penggunaan Konten Youtube Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang. *Sap (Susunan Artikel Pendidikan)*, 5(1).
- Kumala, F. Z. (2021). Pengaruh Penggunaan Youtube Terhadap Minat Dan Motivasi Belajar Matematika. *Jp3m (Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pengajaran Matematika)*, 7(2), 107-116.
- Lumbantobing, P. A. (2020). *The Contribution of Lecturer Pedagogical Competence, Intellectual Intelligence and SelfEfficacy of Student Learning Motivation. Budapest International Research and Critics in Linguistics and Education (BirLE) Journal*, 3(1), 564- 573.
- Murtiningsih dkk. (2019). The Correlation Between Supervision of Headmaster and Interpersonal Communication With Work Ethos of the Teacher. *European Journal of Education Studies*, 6(1), 246-256.
- Phulsunge. S., and Kalbonde V.N. (2019). Importance of Intrapersonal and Interpersonal Skills to make Work Ready Professionals. *International Journal of Management, Technology, and Engineering*. Vol IX. (I).
- Sari, S. F., Wahyuni, Y. S., & Hefni, H. (2022). Hubungan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Minat Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Ips Di Kelas Vii Di Smp N 01 Sungai Rumbai Dharmasraya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 9487-9501.
- Widyastono, H., & Santosa, E. B. (2023). Efektivitas Youtube Dalam Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Siswa Sdn Karagdinoyo 2 Kecamatan

Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. *Jim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 5834-5841.

Yusri, A. Z., & D. (2020). Pengaruh Influencer Tasya Farasya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(809-820).

Buku

Azura, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Edi Suryadi, (2019). *Penelitian Komunikasi (dengan pendekatan Kuantitatif)*. Bandung

Djaali. (2013). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kriyanto, Rachmat, (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Hidayat Aziz A, (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.

Manurung Hisar M, Oktavia N, dkk, (2023). *Pengembangan Sumber Media dan Pembelajaran PAI*. Malang: CV. Pustaka Peradaban.

Mulyasa. (2021). *Menjadi Guru Penggerak Merdeka Belajar*. Jakarta; Bumi Aksara

Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Media Group

Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Santoso I, Madiistriyatno H, (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pustakaindigo.

Yusuf M.F, (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Untuk Perguruan Tinggi Islam (PTKI) dan Umum*. Bantul Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Website

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/04/menyongsong-generasi-emas-2045-pemerintah-pusat-dan-daerah-berupaya-tingkatkan-budaya-literasi> diakses 4 Juni 2024 pukul 11.40 WIB

<https://www.blog.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru> diakses 10 Juni 2024 pukul 09.40 WIB

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/> diakses 6 Juli pukul 19.30 WIB

